INTERIA.PL > SMS | Loga/Grafiki | Dzwonki | Teksty | Informacje

Logo | SMS graficzny | EMS | Wygaszacz

TOP LOGO

TOP DZWONKI

200054	Beastie Boys: Girls
200002	2pac
220096	Eminem: Without Me
220022	Garou: Gitan
220016	Anastacia: One Day In Your Life
220018	Cranberries: This Is The Day
220027	Manu Chao: Mr. Bobby
220026	Lighthouse Family: Run
220103	Giant Leap/Williams: My Culture
220048	Wilki: Baśka
220033	Brainstorm: Waterfall
220097	Faithless/Dido: One Step Too Far
220043	J.Cocker: Never Tear Us Apart
220025	Hey: Romans petitem
220000	Brandy: What About Us

Jak wysłać logo do siebie?

Jeśli chcesz wysłać do siebie logo lub dzwonek, w treści SMS wpisz jego numer. SMS wyślij pod numer **7252**, np. wysyłasz SMS o treści **102897** pod numer **7252**

Jak wysłać logo do znajomego?

Jeśli chcesz wysłać logo lub dzwonek znajomemu, w treści SMS wpisz odpowiadający mu numer, kropkę i numer telefonu osoby, do której ma trafić logo lub dzwonek (bez +48), np. o treści **120069.609055805** SMS o takiej treści wyślij pod numer **7252**

Koszt wysłania SMS'a wynosi 2 zł + VAT.

Przed wysłaniem SMS upewnij się, że usługa jest dostępna dla Twojego modelu telefonu.

logo i dzwonki *dla Twojej komórki*

bardzo teges

Masz tysiące możliwości. Wybierz swoje logo, **wyślij znajomym sms graficzny, tekstowy, ems albo wygaszacz**.

Spraw swojej komórce **nowy dzwonek!** Ponad 30 różnych kategorii, w tym film, muzyka, sport i erotyka.

Przeglądaj, wybieraj i ściągaj!

INTERIA.PL serwis sms.interia.pl

www.interia.pl

Magazyn Hip-Hop.pl

RAP GRAFFITI BREAKDANCE

ISSN 1644-2407 INDEX 37282X Nr 2 (3) 09 2002

cena: 12,90 PLN (w tym 7% VAT)

www.mhh.pl
www.Magazyn.Hip-Hop.pl

PARENTAL ADVISORY EXPLICIT CONTENT

Dj Summer Camp - relacja

wywiady:

Gano
Rahim
Bezkres
Senor Junior

graffiti:

Słupsk
Koszalin
Szczecin

Product placement w Hip-Hop'ie

ISSN 1644-2407 02

Na naszym CD: 4 klipy full-quality / muzyka CD-audio (10 kawałków)

auto TUNING

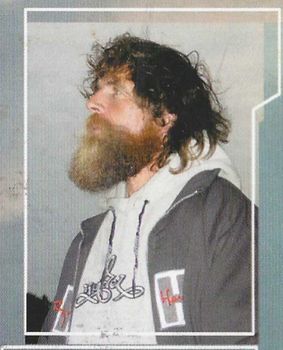
świat motoryzacyjnych pasji

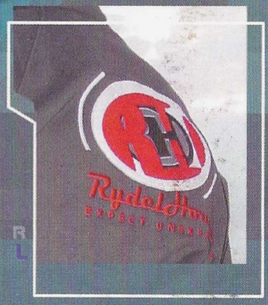
KUP PRZECZYTAJ ZAPRENUMERUJ

Szczegółowe informacje pod nr telefonu 081/ 534-69-33
lub na stronie www.autotuningswiat.pl
Zamówienia na prenumeratę przyjmują również terenowe oddziały RUCH S.A.

>>To shine
on those living
in darkness
and
in the shadow
of death::.
Look 1;79

RH





Rydel House
CLOTHING PHENOMENA

RYDELHOUSE.::2002>AUTUM..WINTER>COLLECTION

COMFORTABLE CLASSIC H.I.P.H.O.P WEAR
INFO: 42 678 32 25, 0692 58 33 16 WWW.RH.COM.PL

1999 2000 2001

Spis treści

MUZYKA

Wstęp, opis CD	3
Product Placement w Hip-Hop'ie	4
Kasta - bierzemy to co na uliczah	8
Lady Bug - wstęp do grania	11
Rzecz o coverach	13
Turnatablism + djing	14
Parental Advisory Explicit Content	16
Senor Junior - wywiad	17
Gano - wywiad	22
Elita Kaliska - wywiad	24
Bezkres - wywiad	26
Rahim - wywiad	31
Vestax DJ Summer Camp	33
Recenzje	37

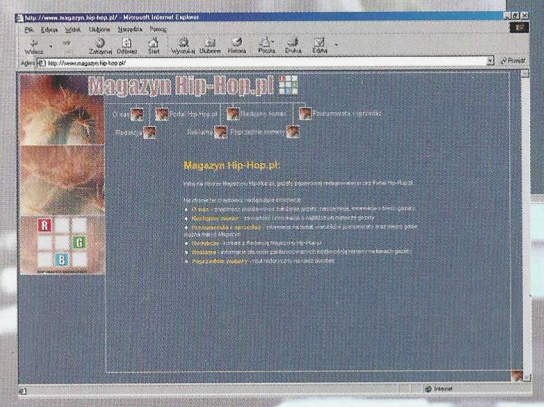
GRAFFITI

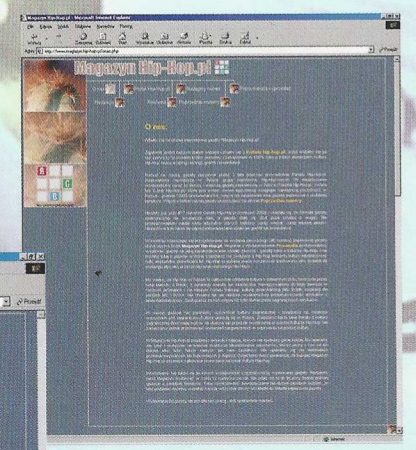
Graffiti Koszalin	39
Graffiti Słupsk	43
Graffiti Szczecin	44

KULTURA

Bloki	56
Scena w Montrealu	61
Info o prenumeracie	65

Odwiedź nas na www.mhh.pl
www.magazyn.hip-hop.pl





Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo skracania i redagowania nadesłanych tekstów. Redakcja nie odpowiada za treść reklam. Wszelkie prawa zastrzeżone. Publikacja, dystrybucja i rozpowszechnianie materiałów zamieszczonych w Magazynie Hip-Hop. pl w całości lub części, w jakiejkolwiek formie i na jakimkolwiek nośniku bez wyraźnej, pisemnej zgody wydawcy zabronione.

Magazyn Hip-Hop.pl

Redakcja:
71-044 Szczecin, ul. Brodnica 12/2,
tel: 0 608 437 374
www.magazyn.hip-hop.pl
e-mail: redakcja@Hip-Hop.pl

Redaktor Naczelny:
Sebastian "Seba" Muliński
tel: 0 502 06 99 81
e-mail: Seba@Hip-Hop.pl

Zastępca redaktora naczelnego:
Paweł "Hex" Fornalski
tel: 0 608 437 374
e-mail: Hex@Hip-Hop.pl

Redakcja:
"Geer" - muzyka, felietony
"Solo" - B-boy'ing
Alicja Zdaniewicz - reporter
Bartek "Ventyl1" Miąskiewicz - recenzje
Dariusz "Banana" Malinowski - felietonista, reporter
Daniel "Taśmy Trzaski" Szlajnda - dj'ing, felietony
Dawid Kudzia - reporter
Ernest "Prezes" Wysocki - felietonista, recenzje
Kamil "Jakuza" Jaczyński - muzyka, kultura
Kasia "Kada" Lesińska - reporter, muzyka, felietony
L-vis - felietonista
Maciek "Cenol" Wunsch - reporter
Magda "Maga" Wunsch - reporter
Natalia "Enticer" Michałowska - fotograf
Muf'mi'eM - felietonista'
Patryk Matela - felietonista, beatbox
Paulina "Pecetka" Chorążewska - reporter
Paweł "Puffcio" Kozanecki - reporter, recenzje
Przemysław "Sixa" Sikora - graffiti, grafika
Rafał "Radi" Radomski - B-boy'ing
Tomasz "Epikur" Wojtyński - reporter

Korekta:
"Gonia"

BIURO REKLAMY Magazynu Hip-Hop.pl
szef Biura Reklamy: *Mirosław "Miro" Zawałkiewicz*
www.magazyn.hip-hop.pl/reklama
e-mail: reklama@magazyn.hip-hop.pl
lub **reklama@magazynhip-hop.pl**
tel/fax 0 prefix 12 413 04 30
tel komórkowy 0502 660 593

Prenumerata:
Katarzyna "Mysza" Zawałkiewicz
www.magazyn.hip-hop.pl/prenumerata
e-mail: prenumerata@magazyn.hip-hop.pl
lub **prenumerata@magazynhip-hop.pl**
tel/fax 0 prefix 12 413 04 30

Skład, łamanie, grafika:
Ryszard *"Rikardo"* Jachimczak
Pro-media
e-mail: dtp@promedia.com.pl

Druk:
Artidruk Poligrafia
Kraków

Dystrybucja:
Ruch, Empik, GARMOND PRESS
50 skateshop'ów w kraju
Internet: www.mhh.pl
www.SkateShop.Hip-Hop.pl

Wydawca:
Pro-media Informacja i Finanse
www.promedia.com.pl
31-429 Kraków, ul. Cieplińskiego 12
tel/fax: 0 prefix 12 413 04 30

Szef Wydawnictwa:
Krzysztof "Cris" Śmiałek
smialek@promedia.com.pl
tel 0501 350 340

Partnerzy Wydawcy:
Partner strategiczny
Portal HIP-HOP.PL
www.Hip-Hop.pl

firma **REGULUS**
Piotr Jacek Fornalski
Paweł "Hex" Fornalski,
hex@hip-hop.pl

„After winter must come spring" rymuje Lauryn Hill w swoim przeboju „Everything is Everythig" i aż chce się dodać, że „after summer must come atumn", a od siebie dorzucę, że po pierwszym, przychodzi drugi numer Magazynu. Tak to już jest, a dowodem tych następstw jest gazeta, którą trzymacie w rękach, pogoda za oknem, a dla niektórych uroki zajęć w szkolnych ławkach.

Skoro już wspomniałem o lecie i to jeszcze używając angielszczyzny to omawianie tego numeru zacznę od Vestax Dj Summer Camp. Pierwsza tego typu impreza (wczasy, a może kilkunastodniowa balanga?) odbyła się w Krościenku w pierwszej połowie sierpnia. W tym magazynie przeczytacie obszerną relację z tego niewątpliwie dużego wydarzenia, bo chyba pierwszy raz w Polsce spotkało się tak wielu dj'i w jednym czasie i miejscu.

Oprócz obszernego fotoreportażu prezentujemy Wam materiały, które zarejestrowaliśmy podczas obozu: wykład na temat dźwięku oraz wywiady z dj Senor Junior oraz Rahimem. W tym dziale znajdziecie również rozmowy z Bezkresem, Ganem i Elitą Kaliska.

Kontynuacji doczekał się też rewelacyjny tekst z poprzedniego numeru „Inny wymiar Hip-Hop'u". tym razem L-vis podjął się trudniejszego tematu, a więc product placement, który jest bardzo młodą gałęzią marketingu, jednak już mocno zakorzenioną w showbiznesie. Polecam też resztę felietonów, w tym tekst o rosyjskim (to nie pomyłka) zespole KASTA, dj'ingu oraz nowy felieton o beatbox'ie (uwaga - na CD znajdziecie mp3 będące uzupełnieniem tego artykułu). Wszystko to jest przyprawione tekstem o logu Parental Advisory Explicit Content, znanym Wam z wielu płyt. Chciałbym żebyście zwrócili uwagę na okładkę. Nie tylko ze względu na bardzo ciekawe zdjęcie, ale też na logo nadawane przez RIAA, mówiące o nie cenzuralnej treści. O tym do kogo skierowany jest ten symbol i o drobnej pomyłce w klipie Eminema traktuje ten felieton.

Tak jak po zimie przychodzi wiosna, tak po dziale Rap, przychodzi miejsce na Graffiti i tu kolejna porcja zdjęć, tym razem prezentujących to co najważniejsze na Pomorzu Zachodnim, wiec: Koszalin, Słupsk i Szczecin - miłego oglądania. Czekamy też na Wasze propozycje miast, w których graffiti zasługuje na prezentacje, a często było niesłusznie pomijane przy innych okazjach.

Więc nie przedłużając, tak jak po każdym wstępie, przychodzi rozwiniecie, a po rozwinięciu zakończenie, tak jest też w tym wstępniaku. Czeka nas ciekawa jesień - sporo dużych koncertów, parę oczekiwanych płyt i mam nadzieję sporo dobrego Hip-Hop'u dookoła urozmaicającego coraz krótsze dni. Zawsze popatrzcie na to z optymistycznej strony, bo krótsze dni, to dłuższe noce więc więcej czasu dla writer'ów na hardcore lub dłuższe imprezy. A te zawsze mogą być gorące.

Życzę miłej lektury, sporo dobrych wrażeń i pamiętajcie, że po drugim przyjdzie trzeci numer. Tak to już jest.

Sebastian "Seba" Muliński
Redaktor naczelny
Magazynu Hip-Hop.pl

Na naszym CD

Klipy (full-quality):

1.Pono - „Nieśmiertelna nawijka ZIP Składowa"
2.Fenomen - „Sensacja RMX Magiery"
3.Libero - „Rasta"
4.Jeden Plus Jeden - „To Nie Żarty"

W tym numerze podtrzymaliśmy koncepcję mieszanego CD. W części komputerowej można znaleźć 4 klipy w pełnej jakości. Niewątpliwie najważniejszy dla nas jest rewelacyjny, świeżutki klip Pono „Nieśmiertelna nawijka ZIP Składowa". Niesamowity rap oraz niesamowity teledysk. Drugi klip jest autorstwa Dariusza Szermanowicza (#13 Film Production). Jest to remiks znanej „Sensacji", którą mogliście znaleźć na CD do #0 numeru. Następnie klip w zupełnie innym klimacie - „Rasta" Libero to jak sam tytuł wskazuje klimaty rastamańskie. Ostatni klip w tym miesiącu to Jeden plus Jeden - „To Nie Żarty". Rewelacyjnie zmontowany przez Patryka Antoniewicza z Kanady dla chłopaków z Iławy. Warto go sobie obejrzeć aby zobaczyć jak wysoki poziom może reprezentować amatorski klip. Ponadto w części komputerowej 2 albumy instrumentalne produkcji Maestro oraz Wax Master Paluch'a. Cieszy coraz wyższy poziom polskich instrumentali. Na koniec ze względu na duże zainteresowanie jakie wzbudza skład Punkt Widzenia ze Szczecinka prezentujemy ich utwory z nielegala „Eksploracje".

Audio:

1. data track
2. Gano - „Miasto Patrzy" (IGS Studio, prod: KRI)
3. Bezkres - „Kroki" (2001)
4. Bezkres - „Z Dedy Do Tych"
5. Sponta - „3maj się"
6. Dizzastarr - „Oni vi ne (remix) "
7. Dizzastarr - „Budvarek a joint (remix) "
8. De Zrechts - „Modlitba"
9. Creutzfeld & Jakob (feat. Dike, OnAnOn)
„Bunkerwelt In Witten"
10. Dike - „Hort Nur"
11. OnAnOn - „Das Graun"

Na wstępie chcę wyjaśnić pewną nieścisłość: to nie jest błąd, że w odtwarzaczach typu wieża nie gra pierwsza ścieżka. Wynika to ze specyfiki formatu płyt Mixed-Mode. Dlatego aby ułatwić odnajdowanie właściwych utworów w tym numerze numerujemy je od 2.
Część audio rozpoczyna najnowszy, nigdzie nie publikowany jeszcze utwór „Miasto Patrzy" Gano (Katowice). Utwór zamieszczamy dzięki uprzejmości IGS Studio / HHR i Moro.
Następnie 2 utwory produkcji Wspólnego Mianownika dla gliwickiego Bezkresu z którym wywiad prezentujemy w tym numerze. Drugi z nich w klimacie D'N'B i jest to kolejna nowość w naszym Magazynie.
W dalszej kolejności utwór Sponta „3maj się", 3 utwory przybliżające czeski rap, oraz 3 prezentujące scenę niemiecką co może być ciekawym uzupełnieniem do wywiadu z dj Senor Juniorem. Utwory niemieckie i czeskie oraz Sponta prezentujemy Wam dzięki uprzejmości Doperacja HipHop Label, która dzielnie wspiera popularyzację zarówno polskiego rapu za granicą jak i przybliża nam rap naszych sąsiadów.

Product placement w Hip-Hop'ie

"Reklama ukryta w teledyskach"

Teledysk hip-hop'owy powinien być ciekawy i oryginalny - powinien również zapewnić długie tygodnie na szczytach list przebojów w telewizji. Dobry wideoklip ma przynieść artyście rozgłos i sławę. Ma również gwarantować pieniądze - musi więc, np. swą jakością i innowacyjnością, przykuwać uwagę widza i zachęcać do zakupu całego albumu. Ale o tym przecież wszyscy wiedzą... Zajmijmy się więc tym aspektem produkcji wideoklipów, który nie jest powszechnie znany widzom, a szczegóły z nim związane często pozostają przemilczane przez producentów i artystów hip-hop'owych.

Miesiąc temu pisałem o public relations i metodach zdobywania rozgłosu w świecie hip-hop'owym. Tym razem proponuję przyjrzeć się bliżej pracy speców od reklamy. Branża reklamowa bardzo często jest kopalnią kreatywnych pomysłów (może to efekt ogromnej ilości "dopalaczy" stosowanych w tym środowisku... w to nie wnikajmy). Fakt jest faktem - fachowcy od reklamy doskonale wiedzą, jak omijać kolejne bariery, jakie kładzie przed nimi prawo (np. zakaz reklamowania napojów alkoholowych), lub widzowie (zniechęcenie natrętnymi reklamami przerywającymi interesujący film lub mecz). Ciekawą, lecz mało znaną dla widzów techniką, coraz częściej stosowaną w takich przypadkach, jest product placement (PP).

Product placement - produkt firmy przypadkowym rekwizytem w teledysku
Perfekcyjnie opanowana i sprawdzająca się sztuka "pozycjonowania produktu" znana jest wam zapewne z:
· filmów (samochody BMW Jamesa Bonda, produkt firmy Duracel i Nokia w Matrix, Reebok w Jerry Maguire, okulary słoneczne Ray-Ban w Men in Black),
· serialów telewizyjnych (Financial Times w Ally McBeal)
· programów typu reality show, takich jak Big Brother (Sony PlayStation w pierwszej polskiej edycji, Coca-Cola, Redd's)
· gier video, reklam, książek, okładek czasopism, z prasy, itp.

Obecnie, product placement zawitało do teledysków, również hip-hop'owych. Z pewnością niejednokrotnie zauważyliście, w trakcie oglądania wideoklipu, logo producenta lub produkt określonej firmy. To, że ów produkt znalazł się w kadrze, a wy

- Najnowszy Nelly "Hot in here" - są dwie wersje teledysku, w jednej (przynajmniej na MTV) zamazywane są logo na czapeczkach - taka cenzura product placement.
Universal Music Polska

to zauważyliście i rozpoznaliście markę, nie jest przypadkiem (przynajmniej nie w teledyskach zza Oceanu).

Zresztą PP niekoniecznie musi ukazywać logo lub nazwę produktu. Czasem wystarczy pokazać charakterystyczne kolory, wzór lub opakowanie, które zasugeruje widzom jaki to produkt. Pamiętacie teledysk P. Diddy do utworu "D-I-D-D-Y"? Czy coś przykuło waszą uwagę (pomijam seksowne modelki)? Ja, przy okazji tego wideoklipu, zachorowałem na czarny dres z trzema białymi paskami. Logo na dresie nie jest widoczne, ale przecież nie trudno się domyśleć, jaka firma wstawiła "w kadr" swój produkt (oczywiście Adidas).

Teledysk łączy w sobie dźwięk i obraz, a więc możliwe jest "pozycjonowanie produktu" lub firmy również poprzez wokal. Jednak to już jest bardzo, bardzo śliska sprawa - tylko nieliczni artyści mogliby posunąć się do tego, aby na potrzeby sponsora, zmienić tekst. W dialogach filmowych, taki zabieg jest dopuszczalny, ale w Hip-Hop'ie brzmi to bardziej jak absurd. Tak więc, ekstremalne przypadki, takie jak ingerencja komercyjnej firmy w oryginalny tekst danego MC, odrzućmy.

Często zdarza się jednak tak, że rymy hip-hop'owe zawierają w sobie nazwę firmy lub produktu - taka okazja nie może zostać pominięta przez specjalistę zajmującego się product placement. Wspomniany tekst zostaje "zobrazowany" w wideoklipie odpowiednim gadżetem. Dobrym przykładem jest teledysk Ludacrisa do utworu "Roll Out (My Business) ". Pierwsza zwrotka zawiera słowo Benz (chodzi oczywiście o samochód firmy Mercedes-Benz: "Where'd you get that matchin Benz with them windows tinted? (...) Man, that car don't come out until next year, where in the fuck did you get it? (...) That's eighty-thousand bucks gone, where in the fuck did you spend it? (...) "). Czyż nie jest to wymienita okazja do reklamy dla producenta samochodów? Sprawdźcie teledysk - ujęć Mercedesa jest mniej więcej tyle samo co samego Ludacrisa.

Przedstawiciel firmy, która pragnie umieścić swój produkt w wideoklipie, uważnie czyta nowe scenariusze i wybiera te, które zawierają odpowiedni dla niego rekwizyt lub scenę. Ważne jest również, aby pozycjonowany produkt ukazany został w pozytywnym dla firmy świetle. Jeśli, dajmy na to, scenariusz zawiera sceny rozmowy telefonicznej rapera ze swoją dziewczyną, wtedy można spodziewać się PP najnowszej Nokii, Siemensa, Motoroli, itp. Mało prawdopodobne jest jednak, aby producenci telefonów zdecydowali się na product placement, w sytuacji gdy ten sam scenariusz zakłada scenę, w której rozmowa zostaje przerwana, np. z powodu rozładowanych baterii telefonu. Tak więc, jednym z głównych motywów, dla których firma płaci agencji product placement za usługi, jest gwarancja, że scenariusz teledysku zostanie dokładnie sprawdzony, a produkt będzie użyty jako rekwizyt w "pozytywnej scenerii".

Product placement
po prostu się opłaca

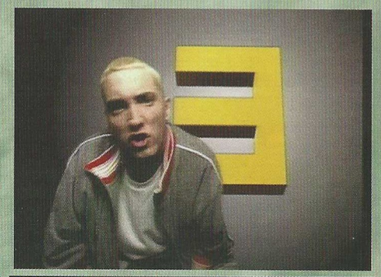
Liczby dowodzą, że technika product placement jest tańsza niż tradycyjna reklama, ma długą żywotność (teledyski oglądane są wielokrotnie, wraca się do nich nawet po latach), a przy tym jest skuteczna. Skuteczna, bo choć wielokrotnie wmawiamy sobie, że ten rodzaj perswazji na nas nie działa - sprzedaż produktów prezentowanych w teledyskach hip-hop'owych nieustannie wzrasta.

Product placement
po prostu się opłaca:

pozwala poczynić znaczące oszczędności w budżecie teledysku,
wartość artystyczna wideoklipu wzrasta - zamiast typowych i szarych przedmiotów codziennego użytku, widzimy nowoczesne, nieraz awangardowe gadżety, "będące w posiadaniu" rapera,
artysta, poprzez przedmioty jakimi się otacza w teledysku, zyskuje status gwiazdy, VIP'a, człowieka bogatego (przynajmniej w wyobrażeniach odbiorców),
firmy, które "użyczają" swych produktów na potrzeby teledysku, odnotowują szybki wzrost ich sprzedaży.

Ponieważ PP jest intratnym biznesem, w Stanach Zjednoczonych istnieje obecnie szereg firm wyspecjalizowanych w działaniach product placement. W Los Angeles, gdzie przemysł filmowy rozwija się najszybciej, jest ich około 200. Część z nich reprezentuje różnorodne firmy (np. Vista Group obsługująca m. in: Mercedes-Benz i Warner Bros), część natomiast działa na zasadzie wyłączności tylko dla jednego klienta (np. Studio Services, Inc. działające dla Porsche).

Budżet teledysku może zostać znacznie obniżony dzięki wpływom z umowy o PP. Stacy Jones z agencji Active Group (m. in. dzięki niej, w teledyskach hip-hop'owych, mogliśmy zobaczyć drogie i ekskluzywne samochody, np. Hummersy i Lexusy), zdradziła, że większość kontraktów PP opiewa na pięcio, czasem sześciocyfrowe kwoty. Trzeba jednak od razu zaznaczyć, że nie zawsze, za pozycjonowanie produktu, jego producent musi płacić. Często, product placement może polegać na darmowym wypożyczeniu rekwizytu. W takim przypadku,



- Eminem "Without me"
- dwa różne dresy Puma
Universal Music Polska

firma przekazuje swój produkt do wykorzystania na planie wideoklipu (darmowa reklama produktu), a twórcy teledysku zyskują oryginalny rekwizyt, który podnosi wartość teledysku (może np. zwracać uwagę widza).

Nie można jednak popadać w przesadę, gdyż nie wszystkie szczegóły product placement mogą zostać zauważone. W teledysku LL Cool J "You and Me" z 2000 roku, najważniejszym rekwizytem był srebrny Mercedes CL-600. Na życzenie gwiazdora, na kilka godzin przed rozpoczęciem zdjęć do wideoklipu, samochód wyposażony został w zrobione na zamówienie felgi za 2000 dolarów. Zauważyliście to?

Ostateczne zdanie
i tak należy do reżysera

Teledyski hip-hop'owe wyznaczają obecnie nowe trendy w świecie produkcji wideoklipów. Stosowane w nich techniki i rozwiązania naśladowane są następnie w wielomilionowych produkcjach filmowych.

Nowoczesne wideoklipy hip-hop'owe to pokaz mody, biżuterii i samochodów. Nowinki technologiczne i sex w jednym. Prekursorem nowej jakości wideoklipów hip-hop'owych jest Hype Williams. Obok niego, w branży liczą się jeszcze takie nazwiska jak: Paul Hunter, czy Little X. Jednak to Hype Williams jest tym dla Hip-Hop'u, kim Michael Jordan był dla NBA. Dzięki niemu, czarny bit i rym zawitał na ekranach telewizorów na całym świecie. Jego teledyski to niepowtarzalne arcydzieła, mini filmy, które nigdy się nie nudzą i zawsze czymś zaskakują. To dzięki niemu, Hip-Hop zyskał przepustkę do wszystkich stacji telewizyjnych, nie tylko muzycznych. Jego videografia zawiera przeszło 200 pozycji, np:
· "California Love (Mad Max Vers.) " - 2Pac feat. Dr. Dre
· "Big Pimpin' "- Jay Z
· "Gimme' Some Mo'" - Busta Rhymes
· "Mo' Money Mo' Problems" - Notorious B. I. G. f/Puff Daddy & Mase
· "What's It Gonna Be" - Busta Rhymes feat. Janet Jackson

Reżyser wideoklipów jest najważniejszą osoba "na planie". To do niego należy ostateczna decyzja co do kształtu teledysku. Inne osoby, które współuczestniczą przy produkcji wideoklipu i mogą mieć wpływ na PP, to: producent (część zysków z teledysku trafia do jego kieszeni, więc zależy mu na ograniczeniu tzw. negatywnych kosztów produkcji, poprzez różnorodne działania marketingowe, czyli także product placement), "zdjęciowiec" (on odpowiada za to, jak dane przedmioty wyglądają na ekranie), szereg stylistów, a wreszcie tzw. "Prop" Master (od Property Master, gdzie "prop" oznacza rekwizyt), czyli człowiek, który ogólnie rzecz biorąc, odpowiada za wszystko co znajdzie się w ręce aktora na planie teledysku. Współpraca z tymi osobami, może zaowocować udanym i opłacalnym product placement.

W product placemnt
liczy się wyczucie

Product placement jest sprawą subiektywną i nie można jednoznacznie stwierdzić, jaki sposób pozycjonowania produktu będzie odpowiedni w danej sytuacji - rozpoznawalny lecz nie zniechęcający. W tej sprawie liczy się przede wszystkim wyczucie reżysera i wrażliwość odbiorców.

Dla wielu widzów, nachalne product placement, może zostać odebrane

jako próba oszustwa, co z kolei może zniechęcić do ponownego obejrzenia teledysku, a nawet do samego artysty. Jako przykład mało udanego PP, często podawany jest teledysk DJ Tomka "1,2,3 - From New York to Germany". Muzyka dobra, teledysk rewelacyjny. Drażni jedynie fakt, że w wideoklipie tym roi się od ujęć, w których wyeksponowane jest logo firmy Fila (na ubraniach artystów).

Częstą praktyką niektórych stacji telewizyjnych, w przypadku nachalnego product placement (szczególnie na ubraniach), jest swoista cenzura PP, czyli rozmazywanie logo lub nazwy firmy. Fachowcy od product placement znaleźli jednak również na to sposób - umieszczają w teledyskach ubrania pozbawione nazwy producenta, zawierające jednakże charakterystyczne motywy lub kolory: przecież, aby spodnie firmy Nike były rozpoznawalne, wystarczy wyeksponować charakterystyczną "łyżwę"; koszulkę Tommy'ego Hilfigera można rozpoznać po charakterystycznym zestawieniu trzech kolorów (czerwony, biały, granatowy), itd.

Nie można jednak przesadzać. W videoklipie Jadakiss'a zatytułowanym "Knock yourself out", często pojawiają się koszulki, buty i opaski firmy Nike. Zagalopowano się do tego stopnia, że w natłoku szybkich i efektownych ujęć, pojawia się dwusekundowe zbliżenie obuwia - przez chwilkę nie wiadomo, czyj to produkt, gdyż jest on prawie cały zasłonięty nogawką spodni. Zagadka zostaje jednak szybko rozwiązana - sprytne podciągnięcie nogawki i... a to niespodzianka... znowu Nike.

Ktoś może powiedzieć: "Przecież to tylko dwie sekundy. Prawdopodobnie takie ujęcie znalazło się tam przez przypadek lub pomyłkę. Po za tym nikt tego nie zauważył". Nic bardziej mylnego. Ta sekunda, to okrągłe miliony dolarów i sztab ludzi, który starannie ją dopracował. Skoro im się to opłaca, może coś w tym jest...

"Ciemno wszędzie,
głucho wszędzie (...) "

Powiedzmy sobie szczerze: product placement - aby nie powiedzieć, że oszukuje widza - subtelnie ukrywa swe prawdziwe oblicze. Skrywane pod maską przypadkowości, faktycznie jest szczegółowo zaplanowaną strategią. Z tego też powodu, ludzie z branży reklamowej nie zabiegają o rozgłos dla udanych przykładów pozycjonowania produktów swych klientów. Szczególnie w środowisku hip-hop'owym, gdzie każdy boi się posądzenia o sztuczność, pozerstwo lub komercyjność, informacje na temat PP owiane są szczególną tajemnicą.

O product placement w teledyskach hip-hop'owych zapytałem przedstawicieli przeszło 40 agencji w USA, które od lat zajmują się działaniami PP. Tylko nieliczni chcieli zdradzić coś więcej na temat obecnych projektów związanych z teledyskami hip-hop'owymi. Dopóki dana firma pozostaje klientem agencji product placement (a czasem dłużej), wydobycie szczegółów dotyczących ich współpracy jest praktycznie niemożliwe. W większości przypadków, umowy o obsługę PP zawierają klauzulę poufności. Czemu tak jest? Zapewne dlatego, że product placement stało by się mniej efektywne, gdyby wyszło z ukrycia. Widzowie świadomi faktu, że dany samochód

- Ludacris "Roll out"
- samochód Mercedes
Universal Music Polska

lub ubranie rapera, to tylko rekwizyty, w dodatku opłacone przez ich producenta, mogą inaczej do tychże produktów podchodzić. Zobaczcie, jak drastycznie spada zainteresowanie reklamami telewizyjnymi - ludzie poznali się na reklamie, jej celach i częstych przekłamaniach.

Grek Burke, założyciel Shocksoundpromotions. com (wcześniej zajmował się działaniami promocyjnymi dla MC Lyte oraz pracował dla wytwórni Rap A Lot Recrords, gdzie współpracował m. in. ze Scarfacem), uważa, że "największe wytwórnie muzyczne w Stanach postrzegają product placement jako sposób na robienie pieniędzy. Gloryfikują więc drogie samochody, wielkie domy, itp. ". Burke jest jednak zdania, że "do 2005 roku, wszystko się zmieni". Być może nastąpi przesyt PP w teledyskach zza Oceanu.

O product placement nie pisze się w prasie hip-hop'owej. Na pytania dotyczące szczegółów danego projektu PP można zazwyczaj usłyszeć odpowiedz "no comments". Przedstawiciel Hollywood International Placements, Inc. zdradził mi (po dłuższych namowach), że firma pracuje obecnie nad nowym filmem, w którym będzie można zobaczyć takich artystów jak Puff Daddy, czy Method Man. W scenariuszu znaleziono już miejsce na sprzęt sportowy firmy TKO (dobrze znanej w świecie boksu) oraz agresywnie reklamowane w ostatnim czasie w Stanach piwo Pale Ale firmy Sierra Nevada. Jaki będzie tytuł filmu? Odpowiedź: "No comments". Jaki budżet? "No comments". Może jakieś szczegóły dotyczące umowy PP? "No comments". Reasumując, product placement z pewnością nie zabiega o rozgłos.

Reasumując, product placement może pomóc

Być może, strategia "no comments" jest korzystna dla firm amerykańskich i producentów wideoklipów zza Oceanu, jednak my, nie znając techniki product placement, tracimy na tym. Mam nadzieję, że artykuł ten, da wszystkim czytelnikom Magazynu Hip-Hop. pl świadomość obecności reklamy w teledyskach.

Myślę, że warto korzystać z doświadczenia zza Oceanu. Dobrze by było, gdyby product placement na stałe zawitało w polskich teledyskach (nie mówię o nachalnych ujęciach, jakie od niedawna widzimy w rodzimych produkcjach filmowych, lecz o subtelnym PP, robionym mądrze i z wyczuciem). Więcej w tym plusów niż minusów, zarówno dla hip-hop'owych teledysków, artystów, wytwórni, jak i dla widzów. Nie zapominajmy, że dobre i ciekawe teledyski, to sprawdzony sposób na rozwój i promowanie kultury hip-hop'owej (... również w Polsce). Co o tym sądzicie?

Redakcja Magazynu Hip-Hop.pl dziękuje za pomoc w zdobyciu materiałów telewizji Viva Polska!

Autor: L-vis (L-vis@Hip-Hop.pl)

BLACK ZONE BLACK ZONE BLACK ZONE

KASTA

Bierzemy to co na ulicach

"Kto-to dumajet, czto rep - eto yo, drugije dumajut, czto rep - eto szirokije sztany, trietji utwierżdajut, czto nastojaszczego repa w Rossiji niet. No pacanam iż "Kasty" - pochuj! "
("Jedni uważają, że rap - to yo!, drudzy są przekonani, że rap - to szerokie dżinsy, trzeci natomiast twierdzą, że prawdziwego rap'u w Rosji w ogóle nie ma. Chłopaki z "Kasty" walą to! " - intro do swoistego albumu debiutanckiego "Kasty", "Gromczie wody, wyshie trawy" (Respect Production 2002)

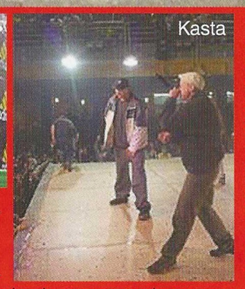
Takie oto "motto" przyświeca twórczości trzech bezkompromisowych MCs z Rostowa nad Donem, tworzących "nadzieję rapu rosyjskiego", zespół "KASTA".

Początki okrzyknietej unikalnym zjawiskiem "KASTY" sięgają roku 1997, kiedy to kilku zafascynowanych Hip-Hopem i rapem chłopaków z południa Rosji postanawia połączyć siły najlepszych MCs Rostowa i stworzyć coś na wzór słynnej rodzinki Wu-Tang.

Objedinionnaja Kasta

W jednym z wywiadów udzielonych portalowi www.Hip-Hop.ru członek obecnego składu, Szimi, tak oto opisuje tamten okres:"... pewnego letniego dnia (chodzi o lato 1996 roku - przyp. autora) siedzieliśmy z Basta Chriu (jeden z MCs z Rostowa - przyp. autora) na ławce i snuliśmy wizje wspólnej przyszłości naszych chłopaków. Mimo, że wszyscy doskonale się znaliśmy, każdy z nas tworzył w pojedynkę (...). Wpadliśmy więc na pomysł stworzenia zespołu, członkami którego byliby najlepsi miejscowi MCs. Chriu zaproponował nawet jedną z możliwych nazw zespołu - Fu Blood Casta (...)".

Kasta


Kasta

Na ostateczną nazwę zespołu zostało jednak wybrane słowo "kasta", które dla samych członków grupy oznacza przede wszystkim jakąś wyjątkowość i tajemniczość niedostępną dla innych. "Wyjątkowość" zespołu znalazła swe ujście w pracy nad projektem "Psicholirik", która posłużyła za fundament dla późniejszej "KASTY". Członkami "Psicholirik", początki którego według niektórych sięgają nawet 1995 roku byli wspomniany już Szimi, Vladi oraz Tidan - zwykłe chłopaki z Rostowa, imiona, których na zawsze zostały wpisane do wielkiej księgi Hip-Hop'u rosyjskiego.

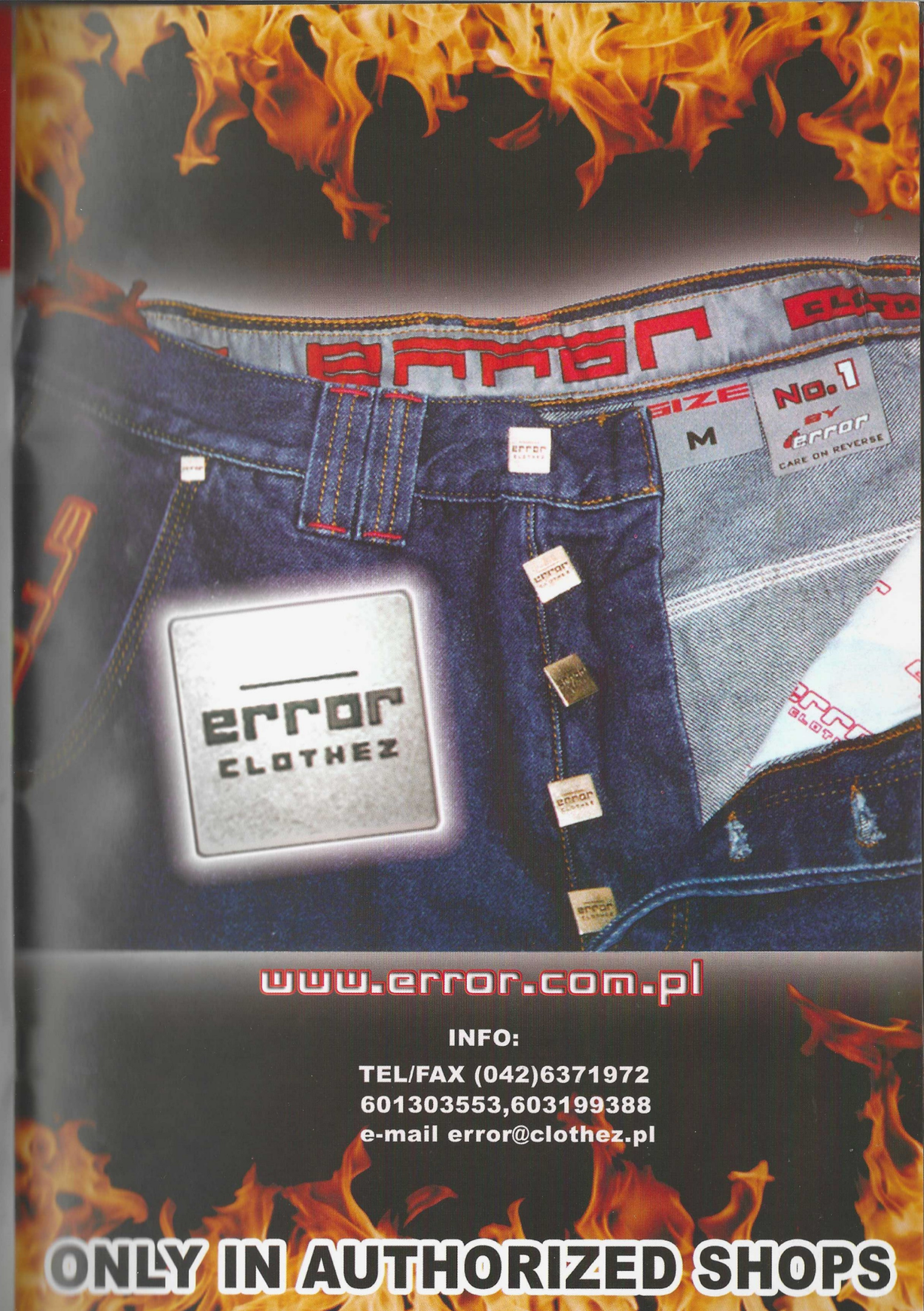
Mimo że od samego początku swej twórczości zespół pielęgnował nowojorskie tradycje Hip-Hop'u absolutnie żaden z powstałych w tamtym okresie tekstów nie był pisany po angielsku. Byli członkowie "Psicholirik" i zarazem obecni członkowie "KASTY" niejednokrotnie podkreślają, że głównym celem ich działalności nie było, tak jak w przypadku istniejących już old school'owych składów radzieckich, kopiowanie sceny amerykańskiej; motorem napędzającym całego projektu było nieustanne poszukiwanie własnego, wyjątkowego stylu.

Młodociani rymotwórcy nie ukrywają, że pracę nad projektem traktowali jako coś tajemniczego, ocierającego się o podróże w podświadomość i głąb człowieka. Powstające w początkowym okresie istnienia zespołu utwory takie jak "Spriaczjem eto zdies", "Dorogi psicholiry" czy "Barchatnaja wojna" nie były wystawiane na ocenę publiczności - twórcy uważali bowiem, że ich twórczość powinna była być otoczona tajemnicą.

Sytuacja uległa całkowitej zmianie zaraz po tym, jak się okazało, że twórczość "Psicholirik" zaczęła się cieszyć, mimo wszystko, niemałym zainteresowaniem wśród jarających się Hip-Hop'em osób. Członkowie zespołu zgodnie twierdzą, że ciepłe przyjęcie nielicznych co prawda, ale jednak odbiorców zmusiło do przemyślenia na nowo głoszonej ideologii i celów grupy.

"Wielu znajomych po prostu słuchało czarnej muzy, która docierała do nas z Zachodu. My zaś nie chcieliśmy być tylko pasywnymi odbiorcami tejże. Postanowiliśmy rzucić odrobinę światła na dotychczasowy dorobek zespołu. Wkrótce się okazało, że to co robiliśmy nie tylko się podoba innym, ale także inspiruje do robienia podobnych rzeczy (...)" - twierdzi w jednym z licznych ostatnio wywiadów uważany za jednego z podstawowych ideologów "KASTY", Vladi.

Ambitne plany chłopaków przekreśliły duże zmiany w życiu jednego z członków "Psicholirik", Tidana. W roku 1997 urodziła mu się córeczka i w trosce o dobrobyt rodziny kilkunastoletni wówczas Tidan rozpoczął pracę w jednym z rostowskich studiów tatuażu. Zespół nie zawiesił jednak swej działalności - więcej, pozostali jego członkowie powoli, ale sukcesywnie zaczęli kłaść podwaliny pod przyszłą "KASTĘ". Na pomoc chłopakom przyszli dawni ich znajomi: Basta Chriu, Volk, Budda, po jakimś czasie Elektronik. Z ich pomocą został zorganizowany szereg wspólnych występów i akcji, część których jest kontynuowana nawet dziś; w podziemiu powstały nowe, wzbogacone o doświadczenia minionego okresu utwory. Twórczość chłopaków zyskuje na jakości i głębokości spojrzenia na otaczający młodego człowieka świat. Do wspomnianego już składu transformującego się "Psicholirik" dołączają coraz to nowe osoby - Zmiej i Kaktus z zespołu "Zapadnyj siektor", Dzin oraz Psich z "Piesocznyje liudi" i inni. Rodzina się powiększa i... powstaje jedno z pierwszych wcieleń przyszłej "KASTY" - zespół "Objedinionnaja Kasta". Pod taką właśnie nazwą ukazuje się jeden z najlepszych utworów zespołu,



dotychczas uchodzący za swoisty hymn całego rosyjskiego ruchu Hip-Hop'u, "My bieriom eto na ulicach". Wraz z innymi kawałkami składa się on na zawartość debiutanckiego albumu chłopaków - wydanej w 1999 roku przez dwa rostowskie labele niezależne "Duncan Rec." oraz "Do Re Mi" płyty "Triochmiernyje rifmy".

Można się pokusić o stwierdzenie, że właśnie dzięki "My bieriom eto na ulicach" zespół nie tylko zdobył szacunek i uznanie ze strony zwykłych chłopaczyn, lecz także zyskał na popularności wśród "wielkich" rosyjskiego świata Hip-Hop'u. Nagle się okazało, że dobre i co najważniejsze treściwe kawałki nie są tylko domeną twórców z Moskwy czy Petersburga, lecz także z tak zwanej prowincji. Chłopakom się jednak nie przewraca w głowie z powodu nagłego sukcesu ich utworu - w dalszym ciągu są tymi samymi kolesiami zagubionymi w otaczającym ich świecie fałszu i obłudy. W tym samym okresie do istniejącego już składu zespołu dołącza inny utalentowany reprezentant podziemia Rostowa, Chamil. Wzbogacona o nowy wokal "Obiedinionnaja kasta" w dalszym ciągu tworzy w podziemiu.

Mija jakiś czas i... pewnego dnia do członków zespołu dociera wiadomość o organizowanym w Moskwie festiwalu muzycznym "Rap Music'99", do udziału w którym oprócz znanych już składów rosyjskich zapraszani są także "młodzi adepci" sztuki rymotwórczej. Warto nadmienić, że jednym z głównych organizatorów całego przedsięwzięcia jest doskonale znany w kraju (z działalności zespołu "Bad B. Aljans - przyp. autora) i poza jego granicami Vlad Valov, do osoby którego być może powrócimy jeszcze na łamach naszego pisma.

Jak się można domyślać, chłopaki podejmują wyzwanie, jadą do Moskwy i... zdobywają pierwszą nagrodę. Nieoczekiwana wygrana sprawia, że zaczynają się zastanawiać nad całkowitym poświęceniem się twórczości "Obiedinionnoj kasty".

"Dotychczasową działalność składu traktowaliśmy jako fajną zabawę dla siebie i naszych przyjaciół. Wygrana na "Rap Music'99" sprawiła, że niedawne "zabawy" postanowiliśmy kontynuować na bardziej zaawansowanym szczeblu (...)" - twierdzi Szimi. Tworzeniu muzyki i pisaniu tekstów chłopaki zaczęli poświęcać coraz więcej swego czasu wolnego, aż wkrótce zajęcie to stało się w przypadku wielu z członków "Obiedinionnoj kasty" podstawowym źródłem utrzymania.

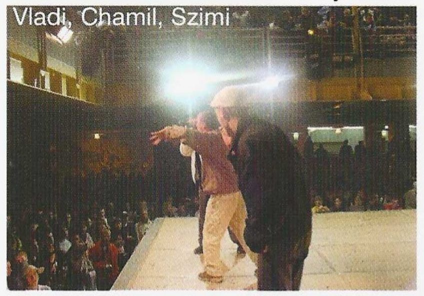
Latem 2000 roku "Obiedinionnaja kasta" nagrywa swój drugi album - "W połnom diejstwiji", będący swoistą kontynuacją "Triochmiernych rifm". Warto odnotować, że w odróżnieniu od debiutu, "W połnom diejstwiji" zostaje wydana na legalu, a udział w niej, oprócz znanych już z dotychczasowej działalności składu ludzi biorą także MCs z moskiewskiego zespołu "J.U.G. " oraz składu z Kazani, "Złoj duch". Powstały album w całości dedykowany jest chłopakom z "Piesocznych liudiej", którzy w momencie powstawania płyty siedzieli za kratkami.

Dzięki oszałamiającej wręcz popularności zespołu, jego członkom udaje się zrealizować jedno z wcześniejszych marzeń, a mianowicie założyć własny, niezależny label - "Respect Production", który od samego początku swej działalności jest ostoją rostowskiego i nie tylko "podziemia". W tym samym czasie formuje się także obecny skład "KASTY", która stanowi jedną z kilku gałęzi wielkiego drzewa genealogicznego "Objedinionnoj Kasty". Zespół tworzony przez wspomnianych już Szimi, Vladi i Chamila wspiera także wielce utalentowany DJ Chobot. O chłopakach z "KASTY" i o tym, co robią, staje się coraz głośniej i głośniej. Z nich biorą przykład inne zespoły rozsiane po całym terytorium matuszki Rosji.

Rodzi się pytanie: jak bez należytego wsparcia, bez całego blichtru charakterystycznego dla składów z dużych miast ludzie ci potrafili zaskarbić sobie szacunek i poważanie nawet daleko poza granicami Rosji?

Rap Music 99 - wygrana

Vladi, Chamil, Szimi



Zdaniem Vladi, tajemnica twórczości zespołu tkwi przede wszystkim w "prostocie" przekazu. "W Rosji bardzo się nie lubi ludzi będących "na pierwszym planie" - obowiązuje tu stara zasada: im bardziej "prostszy", przystępny jesteś dla ludzi, tym większym szacunkiem jesteś przez nich darzony".

"Prostotą" przekazu odznacza się także uchodzący za samodzielny debiut "KASTY", album "Gromczie wody, wyszie trawy" wydany w roku bieżącym. Nazwa albumu, będąca trawestacją jednego z porzekadeł rosyjskich, dobitnie świadczy o bezkompromisowości towarzyszącej wszystkim poczynaniom chłopaków. Znajdziemy na nim zarówno pełne smutku i nostalgii sample czy soczyste wokalizy, jak również pełne "buntu" skity i kawałki rodem z ulicy.

Jednym z elementów charakterystycznych jak dla tej, tak i poprzednich płyt, w nagrywaniu których brali udział Vladi, Szimi i Chamil jest także szczerość. Rozumiana dosłownie zbliża i zjednuje coraz to większe rzesze fanów muzyki i tekstów ukazujących życie takim jakie jest. Nie da się ukryć, że podobne podejście do twórczości nie cieszy się akceptacją wśród sprzedajnych muzyków i innych reprezentantów świata show-biznesu. Chłopaki z "KASTY" mają to jednak gdzieś... "Jasne, że chcielibyśmy, aby naszej muzyki słuchało coraz to więcej osób. Wydaje mi się, że to, co robimy, robimy na poziomie. Nie widzę więc powodów, dla których nie mielibyśmy zaistnieć na listach przebojów. Nie oznacza to jednak, że z tego powodu będziemy tworzyli "pod publiczkę"" - twierdzi w jednym z ostatnich wywiadów Vladi.

Trudno jest prognozować, co oczekuje chłopaków w najbliższej przyszłości. Jak dalej potoczą się losy utalentowanych rymotwórców z Rostowa nad Donem.

W chwili obecnej zespół jest jednym z realnych kandydatów do reprezentowania Rosji na ceremonii rozdania nagród Europe Music Awards kojarzonych z kanałem MTV. Co ciekawe, przedstawiciele rosyjskiego Hip-Hop'u już odcisnęli swój ślad w historii tej imprezy. Przed dwoma laty "barw" Rosji bronił reprezentant młodego pokolenia" - MC Decl związany z osławionym "Bad B. Aljansem". Zastanawia jednak diametralna różnica stylów i przekonań reprezentowanych przez obu wykonawców. Nie da się ukryć, że Decl od samego początku był jednym z wielu komercyjnych produktów imperium Vlada Valova. Zastanawia więc, co z tym wszystkim może mieć opowiadająca się od lat za niezależnością "KASTA".

Wydaje się, że odpowiedź na to niełatwe pytanie znają same chłopaki. Szeregowy odbiorca ich twórczości może jedynie mieć nadzieję na to, że pełni woli, świadcy ze swych "twardych" przekonań moralnych artyści możliwy udział we wspomnianej już imprezie wykorzystają do szerzenia i promocji rosyjskiego Hip-Hop'u daleko poza granicami kraju zamieszkania.

"My bieriom eto na ulicach i niesiom sjuda, w ożidaniji czto skażut goroda, eto rodiłos' w bor'bie za woplosczenije mieczty i navsiegda sochranit w siebie jejo czierty" ("Bierzemy to na ulicach i dostarczamy tutaj z myślą, co o tym powiedzą miasta; to zrodziło się w walce o urzeczywistnienie własnych marzeń i na zawsze będzie zawierało w sobie kontury tychże" - refren utworu "My bieriom eto na ulicach" (Rostow nad Donem 1999).

P. S. Wszystkich zainteresowanych twórczością "KASTY" i co najważniejsze znających język rosyjski odsyłam na oficjalną stronę zespołu, www. kasta. ru.

Autor: Dariusz Malinowski aka [illegible]

Lady Bug
wstęp do grania

Podczas miksowania ingerencja w strukturę dźwięku, w muzykę która została nagrana na winylu jest na tyle głęboka, że nawet nasza ukochana, zbójecka organizacja ZAIKS uznała już, że to czym się zajmujemy to jest wykonanie, a nie odtworzenie. Nie dajcie się nigdy nabrać na to, ponieważ jest to pewne i posiadam dowody na to, że to czym się zajmujemy nie jest związane z opłatami ZAIKS'u na tych samych zasadach co puszczanie płyt CD lub MP3 ściągniętych z internetu, gdzie DJ Jasio dźwiga plastikową skrzynkę i puszcza 30 płyt na których umieszczone jest po 50 kawałków i jest taaaki wypas. Najważniejsze jednak jest to, że potrafi ładnie zadedykować piosenkę i dostaje za to mistrzostwo Polski na mistrzostwach prezenterów dyskotekowych. Tak wygląda druga strona zawodu o którym mówimy i są tacy którzy hołdują takiej formie prezentacji płyt. Naszym [illegible] sobą służy do tego, żeby utwory które praktycznie nagrane są w innej tonacji w wariancie kiedy dwie płyty puszcza się na "zero", dają kompletnie inny efekt, inne tempo, inny poziom, inną harmonię - połączyć nawet kiedy wydaje się że nic z tego nie wyjdzie. To urządzenie jakie takie gramofony pozwalają na to, że pewne utwory brzmią zupełnie inaczej.

Dlatego jest jednak znać wersję podstawową. Trzeba ją znać absolutnie doskonale, na wyrywki. Dlaczego? Dlatego, że szukanie odpowiednich motywów, zastępowanie jednej albo wgrywanie przebitki drugiej płyty wymaga tego, że musimy trafić we właściwy track, we właściwy "szlaczek" na płycie, w miarę szybko, bo czas upływa, płyta się kręci a nie mamy zbyt wiele czasu. Przy zapętleniu beatu w niektórych przypadkach, jeżeli są jakieś trance'y, jakieś poważne długie numery mamy 8 do 10 minut i to wcale nie jest za długie. Taka płyta zawsze się za szybko kończy.

Kiedy już znamy materiał wyjściowy, to musimy wiedzieć, którą płytę do której dogrywamy i nie wszystko jedno od której zaczynamy. To, że dwie płyty się "kleją", łączą się - wydaje się że beat zawsze pasuje, ale w drugą stronę może nie być już tak łatwo, a czasem wydaje się to wręcz niemożliwe. To jest kwestia długich ćwiczeń, wprawy no i znajomości materiału - czyli wielokrotnego przesłuchania tych płyt. Nie tylko miksowania i tylko grania, ale znajomości całego utworu. Dopiero taka znajomość utworu pozwala nam naprawdę wykorzystać możliwości miksera i gramofonu.

Teraz kolejne zagadnienie: trzeba kontrolować poziom wyjściowy z miksera, poziom na końcówkach w miejscu gdzie gramy, bo uwierzcie mi - gramy głośno i basu jest dużo.

Wystarczy od głośnika odejść, szczególnie na wolnym powietrzu gdzie nie ma ścian, odbić. Ten dół poniżej tych 100Hz tak naprawdę jesteśmy w stanie usłyszeć dopiero 4-5 metrów od źródła dźwięku, bo takiej długości jest fala 80, 60, 50 Hz. "Dół" liczy się od 3 do 8 metrów. To są słyszalne dla nas wartości częstotliwości, a zwłaszcza na otwartym powietrzu, gdzie dźwięk nie jest ograniczony i się w zasadzie nie odbija. Nie usłyszymy tego stojąc przy kolumnie. Jest to fizycznie niemożliwe. Nie ma potrzeby rozkręcania tego dołu w nieskończoność. Jak ktoś chce sprawdzić jak to naprawdę brzmi to wystarczy wyjść zza deck'ów na 15 sekund, przejść 5 metrów przed paczki i zobaczyć czy ten dół jest czy nie. Jak byliście na imprezie to na pewno zwróciliście uwagę na to, że jak staliście przy "didżejce" to dołu jakby było mniej, a jak się przeszło dalej to już dudniło. To jest dokładnie ten efekt o którym mówię. Szkopuł grania w pomieszczeniach zamkniętych jest w tym, że pojawiają się odbicia i różnego rodzaju interferencje, czyli znoszenie się nawzajem wartości częstotliwościowych. Sprawą absolutnie najczęstszą, którą bardzo trudno wyeliminować nie mając odpowiedniego sprzętu do korekcji, są fale stojące "w dole", w paśmie niskiej częstotliwości. Złym jest przekonanie, że kiedy walnie w klatę i są momenty kiedy głuchnę to jest dobry bas. To nie jest dobry bas. Bas jest wtedy dobry, kiedy możemy rozpoznać tonację w której on brzmi. Kiedy nie możemy tego zrobić to jest zły bas, przesterowany, albo fale stojące uniemożliwiają nam odczytanie odpowiedniej wartości dźwięku.

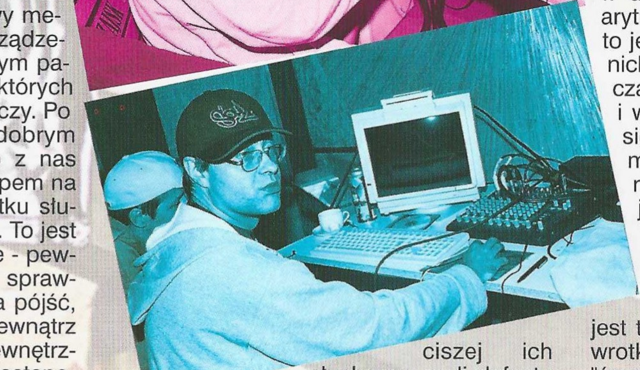
Ja sobie nie wyobrażam jak można miksować utwory nie słysząc harmonii utworu poprzedzającego. Nie ukrywam, że to się często zdarza. Czasem spowodowane to jest przyczynami obiektywnymi np. za mocny odsłuch, którego nie da się ściszyć, a słuchawki mamy za słabe i nie do końca dobrze słyszymy. Na taką sytuację trzeba zwracać uwagę.

Jeżeli mamy sytuację, że odsłuch mamy perfekcyjny to idealnie słychać "środek" i "górę", czyli to co do miksu jest potrzebne. "Dół" mamy natomiast pobierać ze słuchawek, ponieważ dół który słyszymy zza kolumn ciężko usłyszeć wyraźnie. Po to jest druga para kolumn "w odwrotce", żeby ten bas dolatywał do nas lepiej. Pamiętajmy o ludziach, a więc to ma brzmieć dobrze również dla nich. W przypadku tych fal stojących i interferencji w pomieszczeniach zamkniętych to z doświadczenia wiem, że jest to pasmo 75-120Hz, a już najczęściej pojawia się w 80Hz. To jest częstotliwość którą warto wycinać i sprawdzać co się dzieje kiedy ją wytniemy. Urządzeniami które pozwalają nam na taką operację są equalizery i różnego rodzaju

korektory dźwięku. Jeżeli mamy sprzęt zmontowany z zestawów wielodrożnych to są to stopery z filtrami. W każdym razie są urządzenia tzw. "peryferia i uzdatniacze dźwięku", które pozwalają takie interferencje i zakłócenia z dźwięku wyeliminować. To dobrze robi w ogóle całej imprezie, najlepiej nam, bo gramy więc wiadomo, że po 2 godzinach grania słuch jest mocno zmęczony w związku z tym im lepsza jest jakość tego dźwięku, im mniej nas ten dźwięk atakuje nie pozytywnymi częstotliwościami, takimi które psują nam efekt akustyczny, tym dłużej zachowujemy sprawność. Nieprawdą jest to, że słuch nie zmienia się podczas grania seta. Można sobie wmawiać, że jest się twardym. Zagrałem jednak wiele setów sześcio, siedmio-godzinnych i to jest ciężka, ultraniewygodna praca. Dzieje się tak, jeżeli takiego seta źle się rozplanuje i gra się złym, nie ustawionym sound'em to jest to praktycznie rzecz biorąc nie do wykonania, ponieważ ucho składa się w środku z mięśni, jak każda inna część ciała. To są mikrourządzenia. Nie będziemy się wdawać w sprawy medyczne, ale to superprecyzyjne urządzenia i kiedy porażamy je niewłaściwym pasmem, zbyt dużą dynamiką niektórych wartości, to wtedy ten słuch się męczy. Po 2 godzinach grania nawet na dobrym sprzęcie, gwarantuje, że każdego z nas gdyby wziąć na badania oscyloskopem na generatorze to mamy 35-40% ubytku słuchu. To nie do wiary, ale to jest fakt. To jest dokładnie, technicznie sprawdzalne - pewnych basów się nie słyszy. Spada sprawność słuchu i koniec. Wtedy trzeba pójść, odsunąć się od sprzętu, wyjść na zewnątrz z klubu, spokojnie zapalić "na zewnętrznej", posłuchać własnego głosu, zastanowić się czy w ogóle mówię wysoko czy nisko, bo to jest ważne. Przede wszystkim dźwięki, które wypuszczamy z płyt muszą być w nas. Najprostszym dowodem na spadek sprawności słuchu jest to co znacie na pewno grając na imprezie, po 2 godzinach imprezy zaczynamy sobie krzyczeć do ucha, nawet jeżeli nie jest zbyt głośno. Mało tego - mówimy coraz mniej wyraźnie, bo również nie słyszymy, a nasz interlokutor również nie słyszy i my mówimy niewyraźnie, coraz gorzej. To jest dowód na to, że po prostu uszom trzeba dawać odpocząć.

Nie zalecam słuchawek do uszu, nie tylko do grania, ale w ogóle. To jest ultra ciężka sprawa dla nas i dla ludzi którzy posługują się uszami na co dzień w swojej pracy. Sukcesem jest odsłuch we właściwych słuchawkach. Słuchawki do uszu wytwarzają ogromne ciśnienie akustyczne bezpośrednio przy bębenku, tuż w kanale. To naprawdę niszczy! Jak chcecie słuchać walkmanów i minidysków używajcie słuchawek otwartych, lekko przykładanych. Warto zapłacić dwa razy tyle za słuchawki, które mają wysoką dynamikę, szerokie pasmo przenoszenia i leżą miękko na głowie. Jak ktoś jeździ na rowerze albo desce i lubi mieć "sound" na uszach w trakcie tego co robi to niech stosuje opaskę przytrzymującą te słuchawki, ale niech nie wkłada słuchawek do uszu - jest tyle innych dziur w które można sobie coś włożyć, ale uszy to ultra-ważny instrument. Odradzam kategorycznie słuchawki do uszu. Sprawność słuchu spada drastycznie szybko i to jest nie do odtworzenia. Ucho jest wtedy atakowane z niewielkiej odległości w zamkniętej przestrzeni - było nie było tam nie ma ujścia powietrza. Po prostu słuch bardzo szybko się niszczy. O tym pisano w gazetach 5 lat temu kiedy pojawiły się pierwsze ujemne skutki stosowania takich słuchawek do uszu. Słuchawki zewnętrzne z reguły są droższe, z reguły trudniej uzyskać wymaganą dynamikę odbieraną przez nas, czyli subiektywny efekt, są droższe, mogę spadać z głowy, ale warto wsiadając na rower mieć takie słuchawki i przycisnąć je tasiemką, a nie wkładać do środka.

Bardzo ważna w doborze słuchawek i sprzętu jest ich dynamika podawana w decybelach (dB). Im wyższa dynamika słuchawek tym



ciszej ich słuchamy, czyli defacto mniej dB wali nam w ucho, zwłaszcza nieprzyjemnych. Wysoka dynamika słuchawek to jest około 105-106dB. W każdej instrukcji do słuchawek jest to napisane. Przy takiej dynamice, nawet przy za głośnym odsłuchu i źle ustawionym sprzęcie na zewnątrz, mamy ogromną szansę, że będziemy właściwie miksować, działać w taki sposób, który pozwala na czytelne rozumienie tego co słuchamy. Otóż za ciche słuchawki (poniżej 105dB) powodują, że musimy bardzo mocno podkręcać gałki na odsłuchu, czasem wręcz tego odsłuchu brakuje. Często widzę to zwłaszcza w Vestax'ach gdzie ten "fader" do słuchawek jest krótki, że jest on odkręcony do końca, właśnie dlatego, że jest mała dynamika słuchawek. Co się wtedy dzieje? Sygnał jest przesterowany na słuchawkach. Przesterowany sygnał wpada w fałsz harmoniczny. Słyszymy niewłaściwe wartości harmoniczne, a zatem nie możemy zgodnie dograć drugiej płyty i zmiksować ich poprawnie. Harmonia jest tym elementem, który ten rytm uzupełnia i, który możemy ze sobą poskładać i może się zgadzać, ale jeżeli wejdzie drugi wokal to okazuje się, że jest krzywo, że kogoś bolą zęby, że barman w szklankach czuje rytm. To po prostu brzmi źle. Zatem mówimy o przesterze i zniekształceniach. Dbamy o to, żeby słuchawki na których gramy miały możliwie wysoką, jak najwyższą dynamikę, wtedy słuchamy ciszej, a jakość tego dźwięku jest jak najwyższa. To samo dotyczy doboru sprzętu i aparatury. Jakość dźwięku uzyskuje się z mocy sprzętu, ale również z jego dynamiki. Kiedy robicie imprezę i wynajmujecie sprzęt od kogoś zainteresujcie się tym jaką dynamiką dysponuje ten sprzęt. Dzisiaj dostępny jest sprzęt o ogromnej różnicy jakościowej i dynamicznej, a ceny jego aż tak bardzo się nie różnią.

Zwłaszcza, jeżeli chodzi o wynajem [illegible] zakupie to jest duża różnica. [illegible] zestawy, które mają dynamikę [illegible] 90dB. Zdarzają się zestawy które [illegible] namikę 102-104dB.

Wartość dynamiczna mierzona w dB [illegible] jest arytmetycznym, ale geometrycznym wzrostem wartości. 3dB różnicy to jest podwojenie głośności. Z racji właściwości naszego ucha wynika to, że 30dB jako wartość umowna jest tak zwaną ciszą absolutną - nie słyszymy prawie nic a to już [illegible] 100dB i więcej (czyli arytmetycznie [illegible] 3 razy więcej) daje samolot odrzutowy, który startuje i ten hałas może nam [illegible] a na pewno zniszczy nam słuch. Jeżeli zatem mówimy o różnicy pomiędzy 90dB sprzętu jakiejś bardzo przeciętnej [illegible] a 104-105dB wypasionego zestawu to [illegible] to różnica uderzająca, ponieważ [illegible] 90dB to jedna wartość, 93 dB to jest podwojenie wartości, czyli arytmetycznie [illegible] by było jak gdyby 180dB, ale tak się oczywiście nie dzieje, bo jak mówiłem [illegible] w dB prowadzimy geometrycznie, a nie arytmetycznie. A zatem takie [illegible] to jest wielokrotność podwojeń, [illegible] nich podwojeń. To jest naprawdę [illegible] cza różnica zarówno dla odbiorcy [illegible] i wykonawcy. Cały czas koncentrujemy się na tym co my robimy, więc wynajmując sprzęt zainteresujmy się jaką dynamiką on dysponuje, dopiero potem jaką mocą, ponieważ sprzęt który dysponuje dużą dynamiką i ma [illegible] 2x500W, końcówka 1000W [illegible] dużo lepiej grał aniżeli zestaw który będzie nam się wydawał wypasiony [illegible] jest tego dużo, dużo zapłacimy [illegible] wrotki basowe, będzie 6 - po 3 na stronę "środków" i po 8 "gór" i do tego [illegible] 4000W mocy, a cały zestaw będzie [illegible] 88dB. Po prostu szkoda wydawać pieniądze, ponieważ założeniem jest to, żeby muzyka docierała do ludzi, a nie do [illegible] ków. Jeżeli my będziemy porażać [illegible] rzeniami elektroakustycznymi, które są [illegible] szczelne harmonicznie i nie brzmią, [illegible] to tego dźwięku będzie bardzo [illegible] i tak sztuka nam nie wyjdzie, a [illegible] którą będziemy puszczali będzie mało czytelna. Koncentrujmy się zatem na dynamice, czystości i jakości dźwięku.

Na koniec dodam jeszcze, że pomieszczenia, w którym gramy są często [illegible] pogięte, o różnej wysokości sufitu. [illegible] rat nie jest źle, chociaż nie zawsze [illegible] Jeżeli pomieszczenie ma dużo [illegible] ściany są chropowate i pochłaniają [illegible] to potrzebujemy większej elektrycznej [illegible] cy i to jest wada. Musimy wtedy [illegible] to pochłanianie przestrzeni, ale [illegible] strony mamy znacznie mniej odbić, [illegible] rencji i zniekształceń. Pamiętajcie, [illegible] w pewnym zakresie może być [illegible] ny, ponieważ rozchodzi się bezkierunkowo i on nie musi mieć podziału na 2 [illegible] Możemy go wręcz pobierać z jednego kanału. Dobrze jest jeżeli mamy [illegible] dawać bas stereofonicznie, ale w [illegible] pomieszczeniach nie ma to większego sensu. Szczególnie jeżeli bierzemy pod uwagę niedoskonałość źródła [illegible] cego z analogowej płyty gramofonowej.

Mówił: Biedrona [illegible] zarejestrowano [illegible] Vestax DJ Summer Camp [illegible]

Opracowanie i zdjęcia: Hex [illegible]

Rzecz
Rzecz o coverach

Imitowanie i przerabianie starych przebojów znanym jest zjawiskiem i już tu nic poradzić nie można. Niektórzy z miejsca odrzucają kolejne powtórzenia klasyków, inni zachwycają się i sięgają po coraz to nowszy [illegible]. Ba, niektórzy heretycy posuną się nawet o pewnych coverach, że są lepsze niż oryginał. Tych tradycjonaliści publicznie ukrzyżują, potępiając i skazując na wieczną banicję wszelkie kopie. Otóż z beatbox'erem rzecz ma się nieco inaczej.

Praktycznie rzecz biorąc są w sferze beatbox'owej numery, które każdy ma prawo powtarzać i nikt nie ma tego za złe. Weźmy jako przykład doskonały kawałek Salt'n'Peppa "Push It". Powstały i ciągle powstają niezliczone ilości jego wykonań w wersji beatbox`owej.

Nikt nie uważa tego za nudne, jest to po prostu jeden z numerów, które przydałoby się mieć w swoim repertuarze. Podobnie rzecz się ma z "Rock The Bells" LL Cool J, czy "The Breaks" Kurtisa Blowa. Oldschool'owe nagrania są też uniwersalnym źródłem wstawek [illegible] do zestawień beatboxowych.

Przygotowując kilka własnych coverów, sięgałem po kawałki nie tylko hip-hop'owe, ale też takie, które na stałe wpisały się do historii muzyki współczesnej. Przykładem może być motyw muzyczny z "Różowej Pantery", "Blues Brothers", czy "Bevery Hills Cop", jeśli mowa o tych nowszych. Wybierając do wykonania numer, weź ten, w którym zostaje dużo miejsca na improwizację i własne wstawki.

Oczywiście mówiąc o coverach beatboxowych, nie można zapomnieć o wykonawcach z tego gatunku. Doug E. Fresh, Biz Markie, Kenny Muhammad, Rahzel, Killa Kela, czy chociażby nasi rodzimi Bak i Sot dostarczają [illegible] godziny materiału. Każdy początkujący beatboxer w swej drodze na szczyt z pewnością mniej lub bardziej szczegółowo powtarzał ich sety. Właściwie to spora liczba ludzi - skromnie zaliczę do tej grupy swoją osobę - uczyła się beatbox'u właśnie słuchając cudzych nagrań, dopiero później przystąpiła do tworzenia własnych kompozycji. Oczywiście powtarzanie wszystkiego nie ma sensu, ale jest jedna rzecz, której znajomością powinien się wykazać każdy beatboxer - "If your mother" Rahzela.

Ten numer słyszało wielu i na pewnym etapie rozwijania swoich umiejętności próbował go naśladować niejeden z nas. Z początkowego osłupienia w stylu "K****, jak on to robi?! " przechodzi się płynnie do zrozumienia chwytów technicznych użytych mistrzowsko w tym kawałku. Podstawowym problemem jest, jak to ujął sam mistrz, "and now for the tricky part - the beat and the chorus at the same time... " W rzeczy samej, słuchając tego przez pierwsze kilkanaście razy można dojść do wniosku, że jest to mówione równocześnie. Jest to jednak sprytna sztuczka, którą we właściwym czasie każdy szanujący się beatboxer powinien poznać - w końcu do takich jest skierowany ten artykuł, nie?

Przy śpiewaniu poszczególnych słów, Rahzel wstawia beaty. Miesza je ogólnie mówiąc z początkami wyśpiewywanych słów. Jego talent i zdolności pozwalają to zręcznie zamaskować, dając pełne złudzenie. Załóżmy, że mocny kick to [P], a krótki snare z pogłosem fff to [Pff]. Schemat beatu wygląda wtedy mniej więcej tak:

[P]......... [Pff]........ [P]-[P].. [P]......... [Pff]

Jest to jeden loop i powinien być tworzony bez brania oddechu w międzyczasie. Beaty układają się na początkach i w środkach słów w miejscach, w których nie przeszkadzają w wymawianiu poszczególnych głosek. Przykładowo głoski /p/ i /m/ mają wspólne miejsce artykulacji, czyli wargi dolną i górną. Snare [Pff] w słowie "mother" można utworzyć zakładając lekko dolną wargę na górną. Po [P] można bez większych problemów powiedzieć /i/, co na początku brzmi jak 'Piff', później da się to zamaskować, żeby brzmiało jak oddzielny dźwięk. /l/ naturalnie następuje w angielskim po /p/ - chociażby w "please", "plow" czy "plum". Problem w tym, że w środku "only" znajduje się snare [Pff]. Należy powiedzieć coś w rodzaju "Pffli" - po "pff" od razu przesuń język do tyłu, żeby "zdążyć" na "ly". Po "knew" (wym. /niu/ - dla słabo-angielskich beatboxer'ów) słychać beat wraz z echem "oo". Razhel powtarza po beacie całe "knew". Schemat wygląda więc następująco:

[P]if your m[Pff]other [P]-[P]on[Pff]ly knew[P] knew[Pff]

Spróbuj na początku powoli, później zwiększaj prędkość, trzymając się dokładnie schematu beatów. Teraz włącz z płyty Magazynu utwór "If your mother only knew" i kilka razy go wysłuchaj, najpierw spróbuj powtórzyć sam beat, później wplataj słowa. Po pewnym czasie okaże się to dość łatwe. Oczywiście nie od razu Rzym zbudowano, pamiętaj, że Rahzel jednak ma pewne doświadczenie w tym całym beatbox'ie. Na zakończenie życzę cierpliwości oraz równych i czystych beatów.

Autor prowadzi beatbox'owy serwis ..::Zegar TikTaka::.. na http://beatbox.hip-hop.pl

Autor: Patryk Matela [TikTak]

na CD dołączonym do Magazynu w katalogu BEATBOX jest nagranie Rahzela „If your mother”

Turnatablism djing

Turntablism - sztuka operowania gramofonami i mikserem jako instrumentami muzycznymi. To w wielkim skrócie definicja tego słowa znana dzisiaj już prawie każdemu. O ile jeszcze niedawno mało kto miał pojęcie o turntabliśmie tak dzisiaj mamy już (co prawda - w nadal opłakanym stanie) polskie DMC i zawody Vextax Extravaganza. Od długiego już czasu nasze informacje wzbogaca mocny serwis internetowy www. cietydzwiek.prv.pl (odpowiedzialny między innymi za pierwszą polską płytę turntablistyczną - Manewry Ciętego Dźwięku). Ostatnio z inicjatywy Doperacji zorganizowano pierwszy obóz DJ'ski pod szyldem Vestaxa (relacja w tym numerze magazynu - przyp. red.). Coraz lepiej. Nie możemy też zapomnieć o organizowanych przez nieśmiertelną krakowską Zootekę - Dj`s Battle.

Dalej mamy powiększającą się (chociaż nadal w ślimaczym tempie) liczbę polskich winyli. Niewątpliwie poprzeczkę podnosić będzie niedawno debiutująca wytwórnia JuNouMi Records wydająca materiał tylko i wyłącznie na wosku (ep. 1 rozeszła się błyskawicznie, ep. 2 w drodze; informacje - www. zawszespoko.com/junoumi). Single od czasu do czasu dostarcza nam także prekursor polskich hip-hop'owych winyli - Tytus i jego Asfalt oraz Teeto Records. Artystów wspiera także Doperacja, która wydała już epkę Paktofoniki, dwupłytowy album Tedego oraz dosłownie przed chwilą - maxisingiel krakowskiego Intoksynatora (4 tracki, 1 remix drum'n`bassowy w wykonaniu MK Fever, instrumentale i accapella mix)..

Najbliższymi wydarzeniami, na które chyba wszyscy czekają jest bez wątpienia premiera JuNouMi Ep vol 2 (pomarańczowy, półprzeźroczysty wosk) oraz eliminacje na Wschodnią Europę do Finału Mistrzostw Vestax Extravaganza (eliminacje odbędą się 27-go października w Krakowie; finały 25-go listopada w Londynie).

Pojawia się także coraz większe zainteresowanie osobą DJ'a. Coraz więcej osób decyduje się właśnie na takie zajęcie. Najczęściej zadawane pytania dotyczą sprzętu więc tutaj postaramy się Wam nieco przybliżyć ten problem. Otóż każdy wie jakie są standardy i nie trzeba tutaj dużo mówić o gramofonach Technicsa jak i mikserach Vestaxa chociaż i tutaj zaczyna rodzić się dla obu tych firm konkurencja. Vestax wypuszcza na rynek coraz to lepsze gramofony, które jako jedyne na rynku nie opierają się o schematy Technicsa (i przy okazji jest to praktycznie jedyna dla tych konkurencja). Natomiast z niezniszczalnymi mikserami atakuje firma Rane, która dużą popularność zdobyła w Niemczech i w Skandynawii. Na razie jednak dzięki długiej obecności na rynku pałeczka należy do duetu Technics-Vestax. O dobre i tańsze podróbki starają się firmy Gemini, Reloop, Stanton, Omnitronic i zapewne cała masa innych.

Czym kierować się przy wyborze sprzętu? Najlepiej nie inwestować w sprzęt średni. Jeżeli zdobyło się wystarczającą ilość pieniędzy na średniej klasy adaptery - warto poczekać jeszcze te pół roku i kupić wszechmocne Technicsy tym bardziej, że obecnie pojawia się coraz więcej ofert w internecie z używanymi lecz praktycznie w ogóle nie eksploatowanymi technolami po przystępnej cenie.

Dla wszystkich tych z małym portfelem, a dużą zajawką zostają dwa adaptery poczciwej polskiej firmy Unitra (adaptery paskowe chodzące w cenie zgrzewki piwa). Masa osób od nich zaczynała, a jeżeli się Unitrę odpowiednio wytuninguje, a sami uzbroimy się w cierpliwość - zrobimy na niej każdy trik przy wielokrotnie większym zadowoleniu z niego. Dla wszystkich niezdecydowanych pozostają adaptery średniej klasy (gramofony z bezpośrednim napędem, tańsze podróbki Technicsa).

Z mikserami jest podobna sprawa. Nie warto inwestować w średniej klasy miksery, ponieważ po roku, dwóch (lub nawet szybciej) i tak wymienimy je na Vestaxa. Jeżeli nas więc nie stać na początku na ten mikser - najlepiej wybrać jeden z tych tańszych ze zwróceniem uwagi na to, aby crossfader chodził lekko i w ogóle posiadał taką opcję jak ostre cięcie dźwięku. Nie ma mowy

"JouNouMi Rec."

o "krosfejderach" z płynnymi przejściami. Mikser z dobrym cięciem to połowa sukcesu.

Wśród igieł panuje święta trójca - Shure, Ortofon, Stanton. Wybór - wg. własnych upodobań. Ogólnie za królową turntablismu przyjęta jest igła Shure M447, ale opcje typu Ortofon DJ lub Ortofon Scratch są godnymi rywalkami dla "szurów". Zdania są równo podzielone.

Niezależnie jednak jaki sprzęt będziemy posiadać - nie zwolni nas to od ćwiczeń. Każdy trick zrobimy praktycznie na każdym adapterze.. Wiadomo, że na sprzęcie lepszym osiągniemy końcowy efekt szybciej i łatwiej, ale.. nie ma rzeczy niemożliwych.

Jedyne co zostaje to ćwiczyć, ćwiczyć, ćwiczyć.

Autor: dj taktak

Fot. Hex (Hex@Hip-Hop.pl)

Phone +48 609 725 636

THE SEWING MACHINERY

PARENTAL ADVISORY EXPLICIT CONTENT

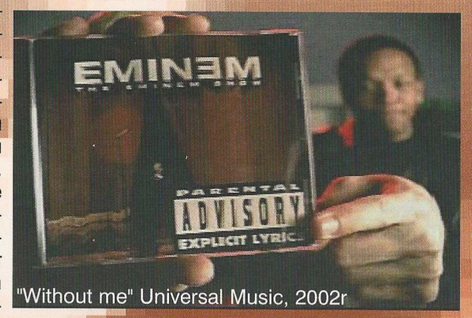
Czarno-białe logo, często umieszczane na płytach i kasetach hip-hop'owych, wbrew powszechnej opinii, nie jest skierowane do dzieci, lecz do ich rodziców

W teledysku "Without Me", Eminem jako superbohater, odbiera dzieciakowi płytkę CD i wskazuje wymownym gestem na charakterystyczne logo. Na czarno-białym tle widzimy napis: "Parental Advisory Explicit Content". Większość z nas domyśla się, co oznacza ten napis, jednak okazuje się, że nie do końca wyobrażenia te pokrywają się z faktycznym zamysłem jego pomysłodawców.

Logo "Parental Advisory Label" umieszczane jest na większości płyt hip-hop'owych, w ramach programu Parental Advisory. Co ciekawe, program ten skierowany jest do rodziców z myślą o ich dzieciach, a nie bezpośrednio do dzieci. Celem napisu umieszczanego na płytach i kasetach jest informowanie rodziców o muzyce, jakiej słuchają ich dzieci. Koncepcja jest prosta i słuszna - to rodzice powinni wyznaczać granice, co dziecko może słuchać, a czego nie. Oni też mają decydować, która płyta zawiera niedopuszczalne dla dziecka treści (o wyraźnym zabarwieniu erotycznym, popierające przemoc lub zawierające wulgarne wyrazy i zwroty). Rodzice nie muszą znać się na muzyce swoich pociech. Przecież bezsensownym byłoby przesłuchiwanie każdej przyniesionej do domu płyty lub kasety w poszukiwaniu "nieodpowiednich słów i zwrotów". Rozwiązanie jest następujące: nie ma logo Parental Advisory na kasecie - wszystko gra, logo jest - warto sprawdzić co też dany raper wymyślił i jeśli faktycznie są tam treści, które mogą zostać źle zinterpretowane przez młodego adepta kultury hip-hop'owej, warto usiąść i przedyskutować z brzdącem sens słów idola. Od czego ma się rodziców, co nie?

Pomysłodawcą akcji jest stowarzyszenie Recording Industry Association of America (RIAA) reprezentujące przemysł muzyczny w Stanach Zjednoczonych. Członkami RIAA są wszystkie liczące się wytwórnie muzyczne (zarówno te duże, jak i mniejsze - niezależne). Członkowie RIAA tworzą i dystrybuują w sumie prawie 90% wszystkich legalnych produkcji muzycznych w Stanach Zjednoczonych. Zadaniem RIAA jest reprezentowanie i wspieranie członków organizacji: RIAA działała często w charakterze rzecznika prasowego wytwórni muzycznych i artystów, chroni przed cenzurą i piractwem muzycznym, wspiera wreszcie wolną wymianę handlową i rozwój technologii w przemyśle muzycznym. Do działań RIAA często przyłączają się znani artyści, m. in.: Sean "Puff Daddy" Combs, Master P, Coolio i muzycy z Wu Tang Clan.

"The Parental Advisory Program jest dobrowolnym programem, który pomaga członkom naszej organizacji w edukacji i informowaniu rodziców



"Without me" Universal Music, 2002r

co do zawartości poszczególnych nagrań muzycznych" - specjalnie dla czytelników Magazynu Hip-Hop.pl wyjaśnia Amanda Collins, rzecznik prasowy RIAA. "Celem prowadzonej kampanii jest przekazywanie prostych i zrozumiałych informacji do wszystkich użytkowników, o tym, czy dany album muzyczny zawiera treści niepowiednie dla dzieci. Daje to rodzicom możliwość podjęcia stosownych decyzji - oni sami powinni określać, co jest, a co nie jest odpowiednie w ich rodzinie" - podsumowuje Collins.

Na marginesie, warto zaznaczyć również, iż pomimo szlachetnych przesłanek całej akcji, nie wszyscy artyści którzy posługują się logo RIAA, mają na względzie tylko i wyłącznie dobro ich fanów. Napis "Parentall Advisory Explicit Content" może również sugerować, że płyta zawiera bezkompromisowe opinie i dosadne epitety, a wykonawca jest ostrym i nie przebierającym w słowach raperem (w świecie Hip-Hop'u, często, może być to poczytane bardziej jako zaleta niż wada). To z kolei może zapewniać wzrost sprzedaży płyty, o czym doskonale wiedzą szefowie potężnych wytwórni hip-hop'owych.

Wracając do Eminema, RIAA potwierdziło, że wytwórnia promująca artystę (Universal) podpisała stosowną umowę (dostępną na stronie http: //www.riaa.com/Parents-Advisory-6.cfm) i uzyskała zgodę na użycie logo celem poinformowania odbiorców teledysku, że album zawiera nieodpowiednie dla dzieci treści ("explicit content").

Więcej informacji o działalności RIAA znajdziecie na stronie: www.riaa.com

Autor: L-Vis (L-Vis@Hip-Hop.pl)

DJ wywiad

Senor Junior

Red: Skąd się wzięło twoje zainteresowanie Hip-Hop'em?
DJ Senor Junior: Koledzy i wszyscy grali Hip-Hop, więc zainteresowałem się nim i ja.

Red: Długo?
SJ: Słucham tego tak długo jak tańczę na imprezach. Pierwszy raz płytę puściłem na imprezie w 1999 roku, gramofony kupiłem w 1998 roku. Tak się to zaczęło. Najpierw w klubach a później koledzy z zespołu się mnie zapytali czy nie chciałbym być ich DJ'em.

Red: Mówisz po polsku czy masz tutaj jakieś korzenie?
SJ: Tak. Urodziłem się w Rudzie Śląskiej, mieszkałem w Nowym Bytomiu. Jak miałem 8 lat to wyjechaliśmy z rodzicami do Witten. Tam poznałem braci Wójcików z Mikołowa, przez nich Bambusa, Rahima, Magika.

Red: Pewnie wtedy powstał pomysł, żeby nagrać wspólnie jakiś kawałek?
SJ: Ten pomysł przyszedł dopiero wtedy na "2 kilo", wtedy, gdy zaprosiłem chłopaków, żeby zrobili koncert. Był cały Bunkerwelt z Witten - nagrywa tam Creutzfeld&Jakob, Dike, Eraon no i zaprosiłem Paktofonikę wraz z Ósemką. Wtedy nie znałem jeszcze Fokusa i Magika, poznałem ich dopiero jak byli u mnie na tydzień, na tym koncercie. Byli u mnie i powiedzieli, że chcą coś jeszcze nagrać na swój album. Wtedy prawie cały Bunkerwelt nagrał się na ten utwór.

Red: Jakie widzisz różnice pomiędzy polskim a niemieckim Hip-Hop'em?
SJ: Nie ma ich tak dużo. Teksty są tu i tu o tym, co kto przeżył. Wydaje mi się, że beat'y są nawet te same, chłopaki prawie zawsze robią je na komputerach - jest więc prawie to samo, nie ma większej różnicy. To znaczy, że bardzo dobrze to robią.

Red: Słuchasz dużo polskiego Hip-Hop'u?
SJ: Słucham. Nawet dużo, bo w samochodzie mam komputer, zawsze coś dostanę, ale to co słucham zawsze, to jest Paktofonika, Ósemka no i Pijani Powietrzem z Fokusem, PRO, Kaliber, Molesta, Trzyha. Pierwszy album Trzyhy bardzo mi się spodobał.

Red: Jak odnosisz się do kultury Hip-Hop?
SJ: Spokojnie. Prawie wszyscy ludzie są w porządku. Jak nie lubisz czyjejś muzyki, a go poznasz to jest w porządku. Możesz nie lubić jakiegoś stylu, lub tego co ten ktoś gada, ale to są spokojni ludzie. Niektórych nie lubię za bardzo.

Red: Co robisz poza tworzeniem muzyki?
SJ: Teraz studiuję. Na uniwersytecie automatykę i robotykę.

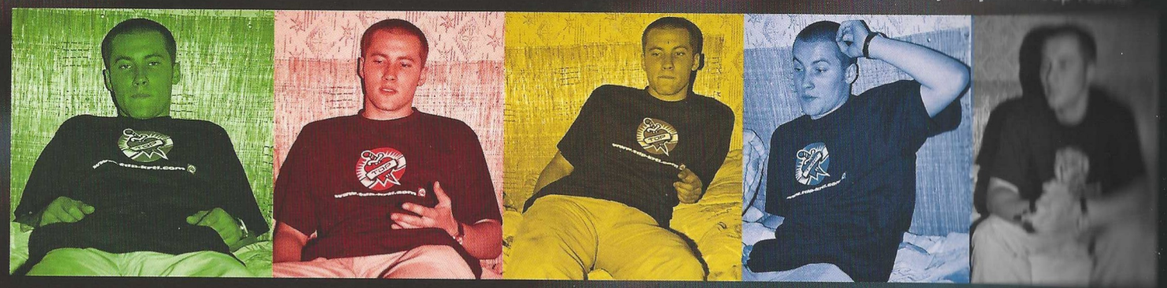
Red: Planujesz się całkowicie usamodzielnić przez tworzenie muzyki?
SJ: Nie. Planować to nie planuję. U mnie to tak było i tak chyba zostanie, że robię to z serca. Jak gram dla obcego gościa, to biorę za to pieniądze, ale jak gram dla kolegów to za darmo. Fajnie by było, gdybym mógł...

Red: Czy widzisz dla siebie jakąś przyszłość w tworzeniu muzyki?
SJ: Że z tego będę mógł żyć, to nie przypuszczam.

Red: Czy masz jakieś wykształcenie muzyczne?
SJ: Nie.

Red: Co sądzisz o słowach "komercja w Hip-Hop'ie"? Czy to jest dobre?
SJ: Nie. To na pewno nie jest dobre. Tzn. nie lubię jak ktoś nawija na komercję, nie wierzę ludziom, którzy mówią, że tak nie robią, bo jednak jest tak, że robisz tą muzykę i to dużo czasu zajmuje, a musisz z czegoś żyć. Jak robisz muzykę i widzisz, że ludzie to akceptują i im się to podoba, to później tak jest, że chcesz z tego zarabiać pieniądze. Jeżeli chodzi o muzykę komercyjną, to jej nie lubię. Można zrobić kawałek, w którym beat idzie na przód i wcale nie musi być komercyjny. Nie podoba mi się jednak komercyjny beat.

Na takich festiwalach jest się po 6 albo nawet 8 godzin, to jak człowiek może przez tyle godzin słuchać muzyki i się bawić? Jest taki punkt, że "bam! " i nic się już nie dzieje i nic cię już nie ruszy. Na pewno jest dobrze pod tym względem, że gra Hip-Hop.



Red: Hip-Hop w Niemczech idzie w górę czy w dół?
SJ: W górę już nie idzie. Może już nawet idzie w dół.

Red: W Polsce bardzo dużo osób jara się niemieckim Hip-Hop'em i na nim się wzoruje...
SJ: Tego to ja już nie rozumiem.

Red: A czemu uważasz, że idzie w dół?
SJ: No bo ludzie nie kupują już dużo płyt. Jak jest dobry kawałek to tak, ale musi być w telewizji zaraz. Dwa, trzy lata temu to było tak, że pojawiał się dobry kawałek i sam szedł do przodu, ale teraz jest bardzo ciężko.

Red: Dużo jest gazet hip-hop'owych w Niemczech?
SJ: Nie ma tego dużo. Ja znam tylko trzy: "Juice", "BackSpin"... Może jest więcej, ale ja nie znam.

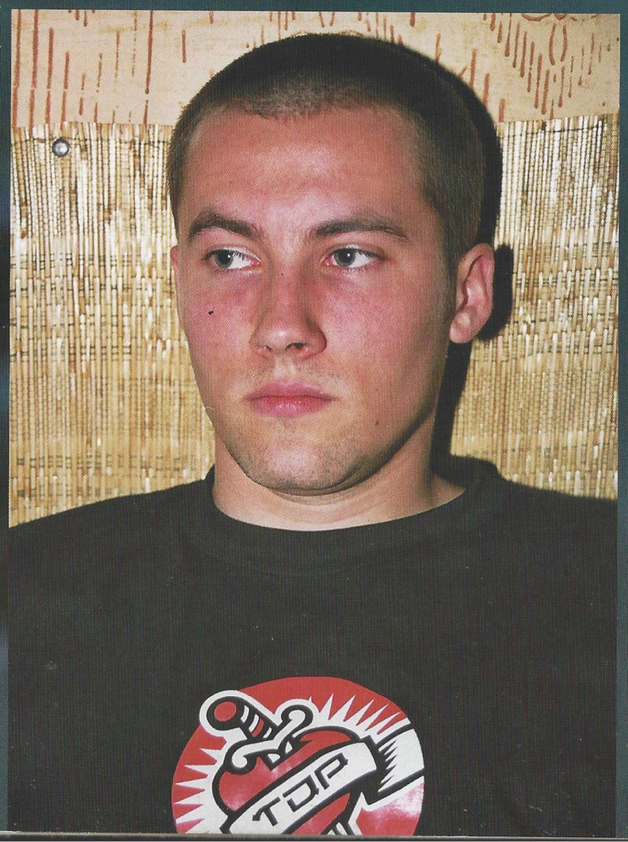
Red: Wystarczą trzy?
SJ: Wystarczą trzy, ale to co piszą nie jest interesujące.

Red: O DJ'ingu są jakieś gazety?
SJ: Nie. Na ostatnich stronach jest coś takiego, że jest sześciu DJ'ów, właśnie jest ten "Pull", dostają kartkę i piszą swój Top 10. Do tego ile jakich płyt było kupionych, w jakich sklepach.

Red: A są jakieś artykuły o DJ'ingu?
SJ: Czasami pisze się parę rzeczy, np. jak Vestax coś organizuje albo reklamuje. Nie ma np. artykułów które opisywały by tricki.

Red: Dużo niemieckiego Hip-Hop'u wychodzi na winylach?
SJ: Ostatnio bardzo dużo. Prawie każdy znany zespół wychodzi na winylu. Płyty są bardzo drogie. Rok, dwa lata temu jak marka była, to płyta kosztowała około 10-15 marek, a teraz kosztują około 10 Euro.

Red: To, że mieszkasz w Uni Europejskiej i możesz sobie jeździć swobodnie powoduje, że rzeczywiście jeździsz i grasz np. we Francji?
SJ: Zapraszają mnie z Austrii i Szwajcarii, ale musisz znać ludzi. Chyba że załatwia to PROPS Entertaiment, nasza agencja bookingowa. Tam jest także Paktofonika, dużo Amerykanów, Declaime jest, jest Group Home czyli po prostu wszyscy dobrzy.



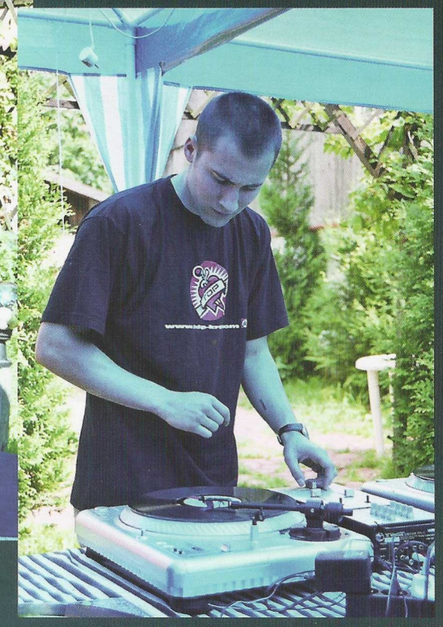
Red: Czyli jeżeli ktoś jest z Polski dobry to ma taką samą szansę?
SJ: Tak, dokładnie tak.

Red: A jak wygląda sprawa imprez hip-hop'owych w Berlinie?
SJ: Powiem ci, że kocham Berlin, grałem tam ze 3, 4 razy ale zawsze jak tam grałem, to nie przyszło zbyt wiele osób. To jest duże miasto, ale jak rozmawiałiśmy z Grand Agentem albo Declaime to nie było zbyt wiele osób. Te pierwsze duże kluby nie robią dużej reklamy, bo mają deal 50 na 50 i ich to wali, a po drugie wydaje mi się, że tego jest tam za dużo. Czasami jest tak, że codziennie można tam coś robić. Znam tam parę osób, moich kolegów DJ którzy tam mieszkają i mówią, że chyba tylko we wtorki nie ma a tak to codziennie coś jest.

Red: Są kluby typowo hip-hop'owe?
SJ: Tak. Na pewno są, nie pamiętam teraz dokładnie ale na pewno są.

Red: Znasz jakiś ludzi którzy nagrywają dwujęzycznie?
SJ: Mam kolegę, który normalnie rapuje po niemiecku, a teraz nagrał dwa kawałki po polsku. Producentem jest Funky Kris Of The Strong, więc bardzo znany - zapytał się mnie czy nie mógłbym tego wziąć tu, żeby ktoś to posłuchał i powiedział czy to jest dobre.

Red: Czy w Niemczech popularny jest francuski Hip-Hop?
SJ: Tak. Ja sam bardzo go lubię.



Red: A rozumiesz?
SJ: Nie, nie i to jest problem. Na początku też było tak, że Amerykanów nie rozumiałem.

Red: A teraz już rozumiesz?
SJ: Tak - teraz już więcej. Na pewno nie wszystko, ale dużo rozumiem.

Red: Umiesz język angielski?
SJ: Dogadać się i zrozumieć na pewno. Hip- jak ześmy byli z Grand Agent [illegible] to pierwsze dwa dni to miałem duży problem żeby coś zrozumieć i coś powiedzieć, ale jak później z nimi jesteś tydzień to jest spoko, jak nie myślisz o tym.

Red: A po polsku trudno ci się rozmawia?
SJ: Nie, ale niekiedy jest tak, że mi słów brakuje. W domu mówię po polsku, z kolegami mówię po polsku. Na pewno nie zapomnę polskiego.

Red: Ciężko ci było na początku dogadać się po niemiecku?
SJ: Pamiętam pierwszy dzień w szkole, musiałem się zaraz bić bo nie wytrzymałem nerwowo. Jak przyjechaliśmy to było tak, że mieszkałem w tam domu, był pokój i w nim jedna rodzina. Dużo było polskich rodzin w tym domu, z Rosji tak samo, no i byłem tam może dwa dni i znałem tych ludzi. Poszedłem do szkoły i usiadłem specjalnie koło Polaka, wiedziałem że on jest Polakiem. Posłuchałem przez 15 minut co mówi kolega i się znudziłem, więc mówię do niego, a on tak patrzy i gada "Nicht polnisch - Deutsch". Jak wyszliśmy z klasy to się z nim pobiłem o to.

Red: Umiałeś niemiecki jak tam jechałeś?
SJ: Nie w ogóle. Ja nie wiedziałem, że Niemcy nazywają się "Deutschland". Umiałem "Guten tag" i "Aufwiedersehen".

Red: Trudno jest się dostosować?
SJ: Zależy od człowieka. Jak chcesz pracować to znajdziesz pracę i będziesz pracował. Może nie za tyle kasy co myślisz, ale idzie przeżyć. Nie ma czegoś takiego, żeby ktoś z głodu umarł. To na pewno nie.

Red: Gdzie pije się więcej?
SJ: To zależy. Myślę, że młodzi to tak samo, ale w Polsce dużo osób bierze mocne narkotyki. W Niemczech też się je bierze, ale nie tak jak tu.

Red: A ile kosztuje gram grass'u w Niemczech?
SJ: Taniej niż tu, ale to zależy co i gdzie... Nigdy bym jednak nie jechał do Holandii po trawę, bo się nie opłaca, kosztuje prawie tyle samo, a po drugie to jest zawsze ryzyko jak przewozisz przez granicę.

Red: Mocno kontrolują?
SJ: Jasne. Jak cię mają na oku to na pewno.

Red: Mocno ścigają jaranie w Niemczech?
SJ: To jest taki problem, jak np. jedziemy na koncerty np. do Bayern to tam jest bardzo ciężko, ale u nas nie. Tam jest tak, że policjanci mają takie testy, mogą kazać oddać krew albo mocz i mogą sprawdzić. Tam trzeba być bardzo ostrożnym. W Polsce nie mają takich testów, ale są większe konsekwencje. Jak tutaj znajdą przy tobie dwa gramy to wezmą dowód i cię spiszą i będziesz miał coś takiego jak mój kolega tutaj, że znaleźli przy nim grama, wzięli go na policję, zdjęcia mu robili, zdjęli odciski, bo myśleli że może to jakiś dealer. U nas jak cię złapią z 2,3 gramami to cię spiszą i wystawiają ci coś takiego jak mandat do Sądu, ale piszą na tym mandacie, że za mało znaleźli. Jest tylko ten problem, że jak masz prawo jazdy to po 2-3 miesiącach musisz oddać krew i mocz. Jak znajdą coś to chyba przez miesiąc nie możesz jeździć i co miesiąc musisz takie badania robić. To nie jest żaden problem, bo jak cię złapią i przez 2-3 miesiące nie palisz to później nic z tego nie ma.

Red: A kupić łatwiej?
SJ: No kupić na pewno łatwiej. Zależy też jak się ludzi pytasz. Niektórzy po prostu do Holandii jadą, ale żeby przywieźć to się nie opłaca.

Red: A ile kosztuje gram?
SJ: Między 12 a 18 marek. Najlepszy towar to nawet 18-20 marek kosztuje, no ale jak palisz to kurwa wiesz, że palisz.

Red: Jakieś słowo na koniec?
SJ: Hip-Hop żyje chociaż chujowo to wygląda. (śmiech)

Rozmawiali: Alicja (Alicja@Hip-Hop.pl) i Hex (Hex@Hip-Hop.pl)
Zdjęcia: Hex (Hex@Hip-Hop.pl)

Gano wywiad

Gano... W samo sedno śląskiego Hip-Hop'u... Kolejny człowiek, który swoją osobą zmienia wizerunek katowickiej kultury....

Redakcja: Coś o sobie?
Gano: Gano, HHR, Bogucice, Katowice, Górny Śląsk reprezentant...

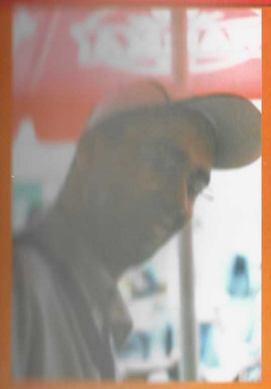
Red.: Jeżeli chodzi o muzykę: robisz ją tylko dla siebie, dla własnej satysfakcji, czy raczej dla swoich ludzi, może pod publikę?
Gano: Kiedyś, bardzo dawno temu powiedziałem sobie, że jeżeli choć jedna osoba dzięki temu, że posłuchała tego co robię, nie popełni takiego błędu jaki ja popełniłem, to moja "misja" będzie spełniona. Wiesz, zawsze miałem coś do powiedzenia, jakąś taką wewnętrzną chęć niesienia ze swoim rapem przekazu, bardzo mocno to we mnie siedzi. Właśnie to jest główny wyznacznik charakteru mojej muzyki. To świetne uczucie kiedy ludzie podchodzą do Ciebie i mówią, że utożsamiają się z tym, czy innym nagraniem, że dało im ono do myślenia, czy pomogło w trudnej chwili. To dla mnie bardzo ważne i po prostu miłe. Nigdy nie robiłem rapu w taki sposób, żeby się komuś przypodobać, to ja go robię i przede wszystkim mnie musi dawać satysfakcję.

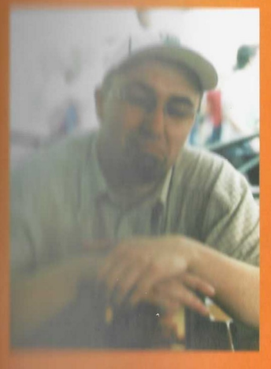
Red.: Czy liczysz na komercyjny sukces, jeżeli tak, to w czym mógłby Ci pomóc?
Gano: Pomóc? W kupnie jachtu... (śmiech) Sądzę, że na razie nie ma takiej opcji - "W Samo Sedno" to EP'ka z materiałem archiwalnym, dokumentująca pewien okres mojej działalności, dokładnie lata 1993-2001 - taki materiał z góry skazany jest na pozostanie na uboczu list przebojów czy rankingów sprzedaży. Patrząc na następną płytę, "Wyraźne Ślady" nie myślę o niczym innym, jak tylko o tym, żeby zrobić ją najlepiej jak potrafię. Na resztę przyjdzie czas później.

Red.: A kiedy zamierzasz ją wydać?
Gano: Oooo... na ten temat wolałbym się nie wypowiadać, bo jakimś takim dziwnym trafem (śmiech) moje produkcje z reguły się opóźniają... "W Samo Sedno" wyszło trzy lata za późno... (śmiech), więc jeżeli "Wyraźne Ślady" ukażą się jeszcze w tym roku, będzie to dla mnie spory osobisty sukces... To nie wynika z tego, że nie szanuję swoich odbiorców, czy mam cały ten rap głęboko w poważaniu, po prostu mam co robić w życiu, mam naprawdę sporo różnych zajęć i nie zawsze mogę sobie pozwolić na takie zaangażowanie w rap jakiego bym chciał.

Red.: Jak wyglądają koncerty promujące Twoją płytę "W samo sedno"? Czy masz w planach większą trasę koncertową?
Gano: Takiej trasy koncertowej z prawdziwego zdarzenia po prostu nie ma. Ta zresztą jak promocji w ogóle... Jeżeli chodzi o imprezy, to najbardziej lubię te w najmniejszych salach, gdzie mogę zapowiedzieć blisko ludzi, czy nawet wprost pomiędzy nimi. Te koncerty które wspominam najlepiej to generalnie zbiór bardzo fajnych akcji które robimy większą grupą razem z KRI., Jajem, z Hastem czy Mostem farai, z reguły wtedy płytami kręci DJ Arab i w całości jest to przegląd przez naprawdę szerokie spektrum styli, a dla widza to najlepsze z możliwych show. Staram się nie grać stricte solowych koncertów, wolę te, na których jest cały skład.

Red.: Co wolisz bardziej: bezpośredni kontakt z publicznością na koncercie czy sam na sam z mikrofonem w kameralnym gronie w studio?





pomagałem dotrzeć dobrym demówkom w odpowiednie ręce, co zresztą później zaowocowało wydaniem i sukcesem kilku ważnych teraz w Polsce raperów... Prowadziłem trochę stron internetowych, między innymi jedną z najstarszych... Teraz jednak ograniczam się do udzielania dobrych rad zaprzyjaźnionym młodym wilkom.

Red.: Jakie są twoje inne zainteresowania? Wiem, że lubisz siatkówkę.
Gano: Siatkówka spox. Chętnie chodzę na mecze polskiej reprezentacji, choć nie zawsze mi to wychodzi. Takim wiodącym zainteresowaniem jest jednak gra karciana Magic: the Gathering, staram się jeździć na turnieje, lecz jak przy każdej rzeczy którą robię, także i tutaj po prostu brak mi trochę czasu. Właśnie z tego powodu wciąż dzieli mnie pewien dystans od polskiej czołówki i pewnie jeszcze trochę to potrwa zanim razem z KaCe Team'em będę jeździł na Pro-Tour'y, czy Grand Prix po tysiące dolarów... (śmiech).

Rap niesie z sobą różne treści, jest miejsce zarówno na zabawę, jak i na poważniejsze tematy

Red.: Gdybyś miał możliwość wyprowadzenia się do jakiegoś wymarzonego miejsca, opuściłbyś Katowice? Czy czujesz przywiązanie do tego regionu?
Gano: Jestem bardzo związany z tym miejscem i decyzja o wyjeździe musiałaby

Pomagałem w organizowaniu imprez, pomagałem dotrzeć dobrym demówkom w odpowiednie ręce, co zresztą później zaowocowało wydaniem i sukcesem kilku ważnych teraz w Polsce raperów

być związana z czymś naprawdę dla mnie ważnym, póki co, zostaję tutaj. Wolałbym, choć to chyba nie będzie możliwe, przenieść tu kilka rzeczy, np. Australię, szybkie pociągi (to moje kolejne, choć bierne, zainteresowanie), wszystkie firmy rowerowe z Kalifornii... Jeżeli będę się przemieszczał, to raczej w obrębie Katowic, niż poza nimi.

Red.: Jakie są Twoje plany na najbliższą i może trochę dalszą przyszłość?
Gano: Przede wszystkim udział w produkcjach nagrywanych w IGS Studio, "Na Językach", "Efekty Specjalne", oczywiście ukończenie swojego albumu "Wyraźne Ślady", oraz nieco w przyszłości - projekt z żywymi instrumentami, to coś

Patrząc na następną płytę nie myślę o niczym innym, jak tylko o tym, żeby zrobić ją najlepiej jak potrafię

co naprawdę lubię... Jak to kiedyś powiedział Fokus, zawsze będę robił muzykę, a to jaka ona będzie - wciąż jest dla mnie zagadką, bo jak każdy człowiek, również i ja wciąż się rozwijam i poszukuję nowych form.

Red.: Powracając do koncertów w Twoim rodzinnym mieście... Jak one wyglądają?
Gano: Z czystym sumieniem mogę stwierdzić, że w Katowicach odbywają się jedne z najlepszych imprez w Polsce, zresztą chyba każdy może to potwierdzić. Zjeździłem wzdłuż i wszerz praktycznie cały kraj i sporo miejsc poza nim, naprawdę da się wyczuć specyfikę Katowic, tego śląskiego klimatu... Raperzy podchodzą bardzo poważnie do koncertów u nas, co dobrze widać po ich występach, a śląska publiczność doskonale potrafi okazać wdzięczność i docenić odpowiedni poziom (tak na marginesie, to siatkarze też tak mówią...) I choć w samym mieście jest dosyć mało klubów, a tak naprawdę liczy się chyba tylko Mega Club, to bardzo dobrze, że jakość aż tak góruje nad ilością.

Red.: Czy próbujesz zarobić na Hip-Hop'ie? I czy uważasz, że w Polsce jest to realne?
Gano: Zależy co rozumieć pod pojęciem "zarobienia" - naprawdę niewielu wybuduje sobie domy i kupi perełki motoryzacji. Oczywiście zawsze jest jakaś kasa i ja sam również zarabiam na rapie, raz więcej, raz mniej (z reguły mniej...), jednak w tej chwili nie sądzę, żeby rap miał stać się jedynym źródłem mojego utrzymania. Na razie nie mogę sobie pozwolić na to, żeby zaangażować się w rap tak bardzo jak osoby, które zajmują się tylko i wyłącznie nim, chociaż oczywiście dałoby mi to niesłychany komfort pracy i gdybym mógł, nie powiedziałbym nie.

Red.: Kilka słów o swojej płycie...?
Gano: Mam uchylić rąbka tajemnicy? Z pewnością będzie bardziej zróżnicowana niż "W Samo Sedno", znajdą się na niej nie tylko kawałki do posłuchania w ciszy i spokoju, ale również lżejsze, traktujące świat mniej serio.

Red.:... Lekka, miła i przyjemna?
Gano: Bez przesady... wciąż mam ochotę "nauczać" (śmiech i wymowne mrugnięcie okiem - przyp. red.) i nieść swoim rapem konkretny przekaz.

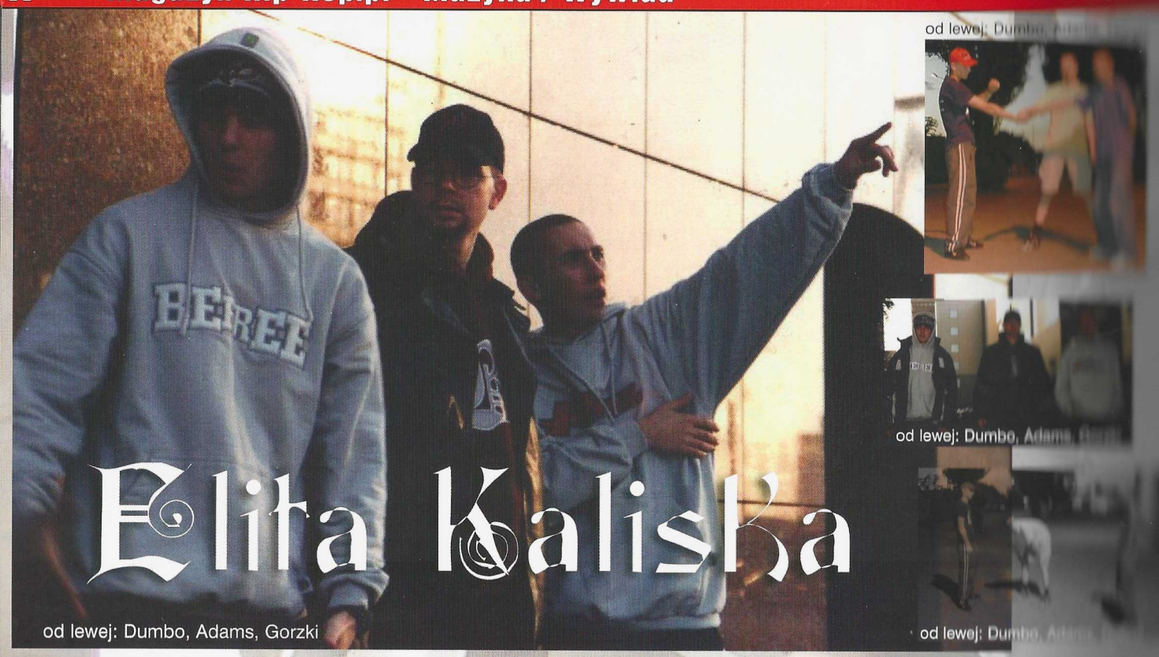
Red.: Kilka słów na koniec?
Gano: Słuchając rapu trzeba czasem pomyśleć - rap niesie z sobą różne treści, jest miejsce zarówno na zabawę, jak i na poważniejsze tematy. Ta uniwersalność jest ważna i fakt, że nie lubimy pewnych rzeczy jeszcze nie powinien ich przekreślać. Słuchajcie dobrego rapu.

Red.: Dziękuję Ci bardzo za wywiad.
Gano: Dziękuję Ci również, koncerty: 0.501-80-10-12, gano@hip-hop.pl

Gano jest sponsorowany przez Moro Sport www.moro.com.pl
oraz Portal Hip-Hop.pl

Gano w internecie:
www.Gano.Hip-Hop.pl

Rozmawiała: Alicja (Alicja@Hip-Hop.pl)
Fot. Joanna Izbińska



Elita Kaliska

od lewej: Dumbo, Adams, Gorzki

od lewej: Dumbo, Adams

od lewej: Dumbo,

Redakcja: Jak wygląda Wasza historia, - od kiedy robicie Hip-Hop?
Dumbo: Właściwie trudno nam teraz na to pytanie odpowiedzieć, gdyż już nie pamiętamy za bardzo jak to wyglądało, ogólnie to EK istniało już wcześniej...
Gorzki: ...Dokładnie, jednak wtedy skład zespołu był nieco inny, mianowicie tworzyłem go ja, DJ. X-Rog, Mazur i Arti, obecnie wygląda to inaczej, płyta „e.k.i.p.a" tworzona była jeszcze w składzie ja, Dumbo i DJ. Adams, teraz doszedł do nas WWRD.

Red: Jak to jest chłopaki - jesteście zespołem, który nagle, niemalże z nikąd pojawił się na tzw. „oficjalnej scenie" z teledyskami, płytą, a także szeroko zakrojoną działalnością. Czy to tylko Wasza zasługa czy też ktoś Wam w tym pomógł?
Gorzki: Ogólnie wygląda to tak, że promotorem zespołu jestem ja, chociaż oczywiście pomagało nam wiele osób, jak na przykład kaliski „MOK", dzięki którym mieliśmy okazję zagrać na koncercie, gdzie w jury zasiadała reprezentacja „Sony Music", i tym samym wzbudzić ich zainteresowanie do tego stopnia, że zrealizowali nam pierwszy singiel. DJ. Kraff z Warszawy, dzięki któremu zagraliśmy pierwszą dużą imprezę w Warszawie, którą wówczas robił on wraz z Kowalem ze Ślizgu, BRZ z warszawskiej Woli, Zima z Kalisza, odpowiedzialny za pierwszy klip, który de facto nie miał ukazywać się w telewizji w pierwotnym założeniu, pomagał nam także Room Pipe Studio z warszawskiej Pragi, którzy montują nam obecnie klipy i wiele innych osób, właściwie także Darek Kulda pomógł nam wiele i nie należy o nim zapominać, ale generalnie większości dokonałem sam, chociażby kontakty z tymi osobami, bo wcześniej się nie znaliśmy. Obecnie wygląda to trochę inaczej, interesuje się nami trochę ludzi, np. Łukasz Mowczan, podpisuje z nami umowę na zorganizowanie trasy koncertowej, Aśka z Niemiec wspiera nas w organizacji koncertów na terenie Niemiec, Hendrik także z tego Państwa wraz z jego firmą „Evolution" objął sponsoring nad moją solową płytą, jak również podpisuje kontrakt z moim labelem „MGK records" na dystrybucję naszych wydawnictw na Niemcy i Francję, znajdujemy także pomoc w innych miastach, jeśli chodzi o wsparcie finansowe to nie możemy pominąć naszego sponsora, firmy „B3", która pomogła nam bardzo dużo. Właściwie pojawienie się na rynku płyty EK dało mi także inne możliwości, które jednocześnie pozwalają mi nie martwić się o to, czy znajdę pracę, przynajmniej teraz, czas pokaże jak będzie po studiach. Wytwórnia „MTJ" dała mi możliwość założenia u nich mojego labela „MGK records" (www. mgk. storm. pl) który istniał wcześniej na nielegalu itd.

Red: Wiem Gorzki, że wydajesz również zin „MGK Raport" - czy jest to prasowe ramię Waszej działalności muzycznej?
Gorzki: Nie, choć pojawiały się plotki, że robiłem jakieś wywiady z „EK", tymczasem nie mogę od osób rozprowadzających te plotki doprosić się żeby pokazały mi numer tego zinu. Plotki plotkami, ale założę się, że po publikacji tego wywiadu pojawią się jakieś fragmenty wyrwane z kontekstu na jakimś forum internetowym, a jego uczestnicy będą komentowali każde jedno moje słowo, jednocześnie przypierdalając się, ale spoko. MGK RapOrt wydałem po to, żeby promować w Polsce Hip-Hop, był to zin wydawany podziemnie, więc jaki sens był promować się w nim jak nakład wiadomo był niski? Obecnie oczywiście korzystając z możliwości legalizuję go i będzie on [illegible] września ukazywał się oficjalnie i profesjonalnie, wtedy nie przykładałem się [illegible] bardzo do treści, ani do jego estetyki, raz będzie to poważniejsze pismo i [illegible] samym będę się starał prowadzić ja profesjonalnie, w tym celu poprosiłem [illegible] profesjonalnych osób do pomocy. [illegible] się zgodziły za co jestem niezmiernie wdzięczny. Co z tego wyjdzie czas pokaże, mogę tylko zapewnić, że się [illegible] i chcę aby był to zawodowo zrobiony [illegible] riodyk, taki jakiego jeszcze nie ma, a jakiego ludzie czekają.

Red: W jaki sposób udaje Wam się zdobywać tak wiele dość prestiżowych [illegible] np. występ w Bonn?
Gorzki: Kiedy jeszcze zaglądałem [illegible] Wasze forum, zauważyłem pewien [illegible] mentarz, który według mnie może być [illegible] powiedzią na te pytanie, brzmiał on [illegible] tak „kiedy jedni krytykują, inni pracują i idą do przodu". Po prostu staram się [illegible] wijać, nawiązywać kontakty, które w [illegible] stępstwie tworzą mi pewne układy [illegible] trzebne później do rozwoju mojego [illegible] i artystów z nim związanych. W [illegible] czech jest rynek bardzo otwarty, jest trzeba wiedzieć z kim i jak rozmawiać. Zaprezentowaliśmy im nasz nowy [illegible] riał, który był osądzany zarówno przez Niemców jak i mieszkających tam Polaków, zaskoczył, spodobał się, no i [illegible] pracę nawiązaliśmy. Bardzo mile przyjęto nas także publika, jak i organizatorzy a propos organizacji to bije ona na [illegible] większość polskich imprez, dzień przed występem w Bonn byliśmy także w [illegible] ście Wuppertal, gdzie grali Killa Beez. [illegible] spora i inni, po prostu pełna profesja. [illegible] samo było w Bonn. Mamy już zaproszenia na inne imprezy za rok najprawdopodobniej znowu zagramy na "Rhein Kultur

miejsce przemieszcza się nową beemką. Mnie to osobiście śmieszy.

Red : Co sądzicie o innych reprezentantach Polskiej sceny? Jaka jest Wasza wizja polskiego rap-biznesu?
Gorzki: Ja osobiście mało słucham polskiego rapu, ale jest paru ludzi, których bardzo szanuję, na pewno zaliczyć do nich możemy Slums Attack, Warszafski Deszcz, Ewenement, Wzgórze Ya Pa 3 i paru innych, jednak w Polsce ciężko jest zrobić coś nowego, a bez tego jeszcze długo nie będziemy mogli rodzimego Hip-Hop'u w pełni nazwać biznesem, choć nie da się ukryć, że na Hip-Hop'ie można dobrze zarobić i artyści zarabiają, tylko nie każdy potrafi się do tego przyznać. Weź przykład Tedego, czy Borixona, oni zrobili coś nowego i od razu spotkali się z krytyką, tymczasem te same osoby, które ich krytykują na co dzień słuchają tego samego tylko pochodzącego z Ameryki. Po prostu w Polsce dużo ludzi ma najzwyczajniej klapki na oczach i dopóki ich nie zdejmą będzie jak jest.
Dj. Adams: Wiesz nowatorstwo w Polsce jest określane komercją, nawet klip jak zrobisz kolorowy to mówią, że jesteś komercyjny, każdy jest wpatrzony w stereotyp, że polski klip hip-hop`owy musi być pod obskurnym blokiem, z jointami i dużą ilością kolegów, jak zrobisz coś kolorowego, albo w stylu amerykańskim, że masz jakieś złoto, wyginające się sztuki i samochody to automatycznie jesteś wykluczony z gry, nazwany komercyjnym, sprzedanym itd.

Red : Co powiecie o swojej płycie „E.k.i.p.a. " - czy jest to dla Was coś „super", a może zauważacie rzeczy, które chcielibyście zrobić lepiej?
Dj. Adams: W chwili kiedy ona powstawała wydawało mi się, że jest OK od strony muzycznej, teraz z perspektywy czasu, widzę pewne błędy, które bym z chęcią naprawił.
Gorzki: Według mnie nie pokazaliśmy tego co naprawdę potrafimy, mieliśmy ograniczony czas na jej nagranie i tym samym, ważniejsza była ilość kawałków na płycie niż ich jakość, większość tekstów powstała w studiu, napisanych na kolanie, stąd są słabe, jak już mówiłem, mamy sporo do nadrobienia na scenie i mam nadzieję, że publika, która nas nie przyjęła (bo sądząc po ilości sprzedanych płyt dużo ludzi nas zaakceptowało) da nam jeszcze szansę i obiektywnie spojrzy na nasze kolejne produkcje, jednym słowem nie jestem zadowolony z naszego debiutu.

Red : Do jednego z utworów tej płyty teledysk kręcony jest w Warszawie - dlaczego właśnie tam?
Dumbo: Po prostu jak Gorzki wcześniej powiedział mamy w Warszawie koleżków, którzy robią nam klipy, chodzi o Room Pipe, i było nam łatwiej tam zrealizować teledysk do „O co tu chodzi".
Gorzki: Zresztą poza „Jesteś powietrzem" wszystkie klipy robimy w Warszawie, gdyż tam jest studio realizujące je. Kolejny klip do mojej solowej płyty kręcony będzie jednak w Niemczech i Francji.

Red : Na płycie można usłyszeć wielu gości. Jak wypadła współpraca z tymi MC's i z których kooperacji jesteście najbardziej zadowoleni?
Dumbo: Z gości jesteśmy zadowoleni jak najbardziej, a w szczególności z BRZta, Lewej i Łabędzia, a także z DJ. Diaxa, z Kwadratury Koła, który nam screatch'ował na tej płycie.

Red : Jakie plany na przyszłość?
DJ. Adams: Ja pracuję nad płytą Lewej, może zrobię coś swojego, oraz po malu zabieram się do drugiej płyty EK. Ponadto studia, praca i ślub niebawem.
Dumbo: Ja tylko skupiam się na razie na EK
WWRD: Dołączyłem niedawno do EK, więc przygotowuję się do swojego debiutu na drugie płycie Elity, poza tym chcę wydać płytę z zespołem jaki tworzę z bratem „Paparazzi Skład".
Gorzki: Moje plany wyglądają trochę bardziej zawile. Przygotowuję się do solowej płyty, którą wydam sam w „MGK records", następnie muszę przygotować kolejne wydawnictwa „MGK records", oraz składanki, z czego jedna to druga część dostępnej już w sklepach kompilacji „Hip Hop Rasizm Stop!", na której tym razem znajdą się zespoły z całego świata jak: Nowy Jork, Polska, Rosja, Niemcy, Francja..., jak również kilku debiutantów, bo właściwie po to stworzyłem własną wytwórnię, żeby promować nieznane zespoły, bo tego nikt nie robi, później powstanie kompilacja, na której znajdą się wyłącznie kobiety, także z różnych części świata. Przymierzam się także do stworzenia wraz z „Room Pipe Studio" filmu, związanego z Hip-Hopem, który wejdzie do kin, ponadto praca nad magazynem „MGK RapOrt" i oczywiście druga płyta EK.

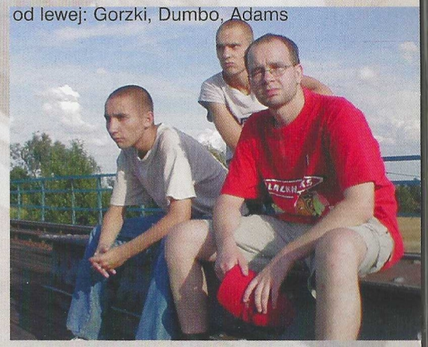
Red : Dzięki za wywiad

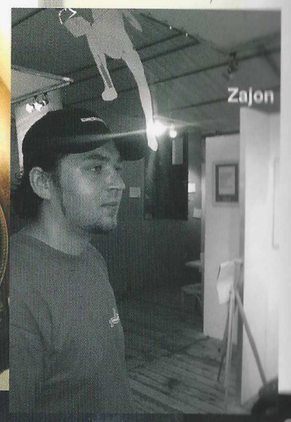
Rozmawiał: Jakuza (Jakuza@Hip-Hop.pl)
Fot: MGK Records

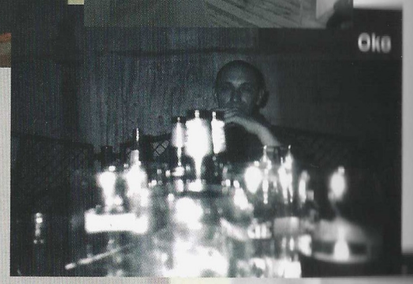
Strony związane z Elitą Kaliską:

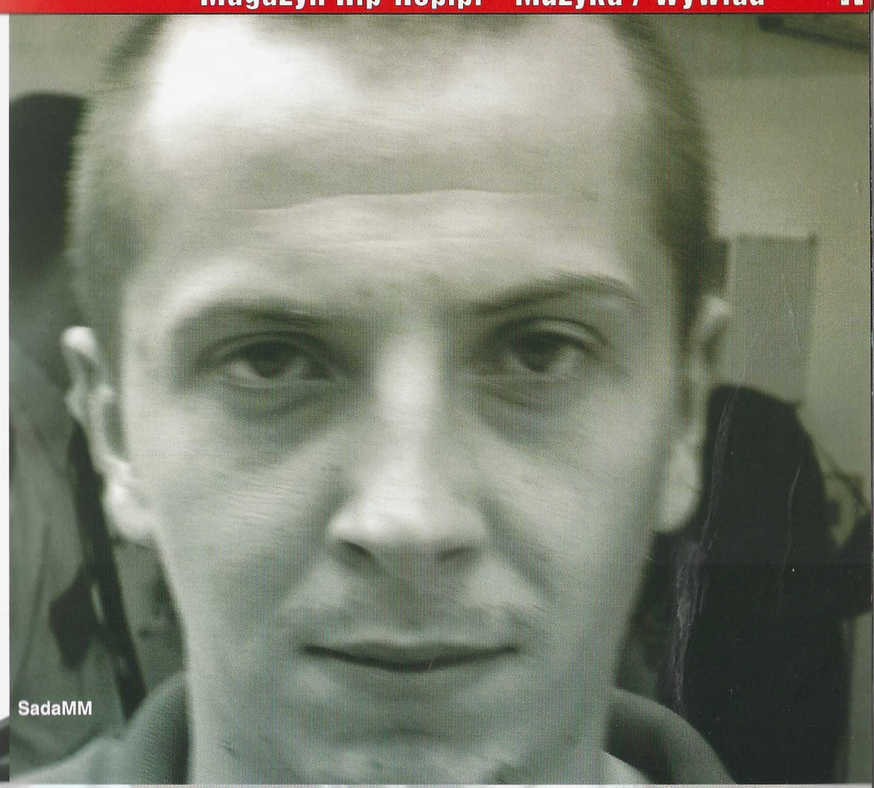
www.ek.storm.pl
www.mgk.storm.pl
mgkrecords.blog.pl
www.mgk.prv.pl

od lewej: Gorzki, Dumbo, Adams









BEZKRES

„Podziemie się rozrasta" - rymował kiedyś Inespe, zresztą bardzo słusznie. Zespołów nagrywających nielegalnie jest z dnia na dzień coraz więcej, rośnie więc także ilość wydawanych niezależnie demówek. W przypadku polskiego undergroundu jednak nie zawsze w parze z ilością idzie jakość. Tak naprawdę tylko niektóre z podziemnych grup są w stanie zachwycić swoją twórczością i sprawić, by ich demo zdołało wzbudzić poważniejsze zainteresowanie. Na szczęście są zespoły, nie tylko w Warszawie, którym się to udało. Oto jeden z nich - gliwicki Bezkres, zwycięzca niedawnego konkursu Doperacji. Jak sami mówią - „dobry Hip-Hop nie zawsze jest na legalach".

Redakcja: Powiedzcie coś o sobie, skąd jesteście i co robicie?
(ogólny śmiech zespołu)
SadaMM: Gliwice. Jesteśmy wszyscy, cała czwórka, z Gliwic. Robimy... budkę! Już od tygodnia robimy budkę, do nagrywania wokali.
Oko: Ja robię kebab. Nazywam się Bartek Dziuba. Zameldowany jestem na ul. Częstochowskiej 23/10.
GunJ: Ja jestem z Gliwic, z ZWM, 19/9.
(wszystkim odpowiedziom towarzyszyły wybuchy śmiechu)

Red.: Ok., może tyle tytułem przedstawienia się. Dlaczego taka nazwa zespołu i jak należy ją poprawnie pisać?
SadaMM: O, to jest już konkretniejsze pytanie! Dlaczego taka nazwa...
GunJ: Taką znaleźliśmy, spośród tysiąca karteczek na stosie.
SadaMM: Fajnie brzmi, a poza tym oddaje nasze podejście do muzyki: bez ograniczeń. Na początku były właśnie różne takie pomysły: „bez ograniczeń", „szeroki horyzont" itp. Ale w końcu GunJ gdzieś wyszperał taką.
GunJ: Sprzątałem kiedyś salę w Las Conga i nagle wyciągnąłem spod siebie karteczkę, na której było napisane: „Bez kres". Tylko, że było napisane osobno.
SadaMM: A jak piszesz, to już jest Twoja sprawa.

Red.: Wydaliście demo, które początkowo chyba nie wzbudziło specjalnego zainteresowania, nie mieliście zbyt wielu chętnych do kupienia kasety?
SadaMM: Zgadza się.

Red.: Jak to Waszym zdaniem jest: Hip-Hop stał się popularny, coraz więcej osób go słucha, a wychodzi takie demo jak Wasze i ludzie wcale nie decydują się, aby je nabyć?
SadaMM: Trudno jest sprzedać demo w momencie, kiedy zespołu nikt nie zna. Ktoś musi się o takiej grupie dowiedzieć. Ale w końcu, po jakimś czasie, GunJ, nie wiem, czy ze względu na zainteresowanie naszą kapelą, czy na triki marketingowe jego i jego współpracownika, sprzedał cały nakład. W tej chwili jest drugi.

Red.: To były metody polegające na wciskaniu taśmy ludziom?
SadaMM: Jeżeli tak rozumiesz [illegible] marketingowe...

Red.: Jak zatem te „triki" wyglądały?
Oko: Polegały na tym: „kup kasetę".
GunJ: Trzeba było po prostu wjechać kolesiom na ambicję.
SadaMM: „Ej ty! Kup kasetę, bo jak nie to masz wpierdol..." (śmiech)
Zajon: „Jak jesteś prawdziwym raperem, musisz to mieć! " (śmiech)
GunJ: Nie no, pytałem się ludzi, czy faktycznie słuchają Hip-Hop'u, czy też noszą szerokie spodnie.
SadaMM: I taki koleś sobie wtedy myśli: „kurde, rzeczywiście, ja chyba tylko noszę szerokie spodnie. Muszę sobie kupić jakąś kasetę Hip-Hop'ową, bo nie mam żadnej".

Red.: A słuchacze sami się do Was nie zgłaszali z zamiarem kupienia materiału?
GunJ: Były jakieś pogłoski.
SadaMM: Ale wyobraź sobie, że jest np. w Knurowie jakiś zespół, zajebisty skład, który wydaje kasetę. Ale nigdzie nie grali i nikt ich nie zna (oprócz ich znajomych). I co, kupisz ich kasetę?

Magazyn Hip-Hop.pl - Muzyka / Wywiad R

Zainteresujesz się tym, kiedy nawet ich [illegible]?
[illegible] A poza tym „słuchacze" wolą sobie [illegible] szerokie spodnie za 200 zł, [illegible] kasetę za 10 zł. A mówią, że niby nie [illegible] pieniądze...
GunJ: Materiał natomiast zgrają sobie [illegible] od kumpla.

Red.: Czyli wiele osób kupuje tylko [illegible], a nie kasety, i na tym polega [illegible] Hip-hop'owość"?
GunJ: Właśnie tak jest. Da się to zauważyć, kiedy pracujesz w takim miejscu jak ja (skate shop - przyp. red.). Ktoś, kto przychodzi, ma szerokie spodnie, ale nie wszyscy kupią kasetę [illegible].
SadaMM: Ostatnio w autobusie stał [illegible], który wyglądał na rapera (szerokie spodnie, bluza) i mocno zainteresował się tym, co mówi do niego jego kumpel, który siedział obok. A kumpel był skinem.
GunJ: A przecież ten hip-hop'owiec [illegible] szamych, których tamten nie [illegible] ich i wciska im banany na [illegible] Piastów. Oczywiście z kolegą, bo [illegible] by się bał.

Red.: Jak uważacie, dlaczego mimo [illegible] wciąż nie ma w sklepach wielu płyt hip-hop'owych, jest kiepska dystrybucja i nie dociera do nas wiele albumów?
GunJ: Bo Hip-Hop jeszcze jest u nas [illegible].
Zajon: Nie jest traktowany poważnie.

SadaMM: Mimo tego, że jest zainteresowanie ze strony słuchaczy, nie ma zainteresowania ze strony wytwórni. Ale już niektórzy zauważają, że to się opłaca, bo wiadomo, że wytwórniom chodzi tylko o pieniądze, a nie o ideę.
GunJ: To się zmienia, ci na górze pewnie zmądrzeją.

Red.: Chodzi im o pieniądze, ale żeby zarobić, chyba muszą te płyty sprowadzać i inwestować w Hip-Hop...
SadaMM: Przecież im się bardziej opłaca sprowadzić pewniaka z zagranicy, jakąś gwiazdę disco, Kylie Minouge, niż ryzykować wydawaniem hip-hop'owej kapeli, jeszcze z Polski.

Red.: A czy moda na Hip-Hop idzie w parze z zainteresowaniem np. takimi demówkami, jak Wasza, wydanymi własnymi siłami?
GunJ: Zainteresowanie jest, tylko łatwiej pójść do sklepu i kupić kasetę, niż szukać i zdobywać nagrania. Tak robią chyba tylko kolekcjonerzy, pasjonaci.

Red.: A „zwykli" słuchacze?
SadaMM: Pewnie się interesują, tylko jest tam telefon, można zadzwonić i kupić też dla siebie. Ale ludzie wolą sobie przegrać.

Red.: Jak myślicie, dlaczego słuchaczom nie zależało, aby do Was zadzwonić i sobie kupić?
GunJ: Hip-hop'owcy wolą sobie kupić worek, a nie kasetę, bo jest fajniej. Wolą zadzwonić do dealera, a nie do mnie. Dla nich to jest lepsze.
SadaMM: Może tak naprawdę ludzie nie są tym zainteresowani, bo jest to dla nich tylko dodatek do piwa, fajek i jointów.
Zajon: Chociaż naszym zamierzeniem nie było, żeby to sprzedać. Nagraliśmy to demo po to, żeby gdzieś poszło, żeby można było je rozdać, np. na koncercie, kiedy gramy. Dać po prostu. W pewnym sensie robimy to też dla siebie.
SadaMM: Są dwie rzeczy: jedna, to jest posłuch wśród ludzi, a druga, to jest sprzedaż. Sprzedaż wcale nie odzwierciedla tego, jakim się jest zespołem. To, że kaseta się nie sprzedaje, wcale nie znaczy, że ludzie nas nie słuchają.
GunJ: Teraz jest druga edycja, 10 kaset rozdałem, a 3 sprzedałem. Tak to wygląda.

Red.: Więc 5 czy 10 osób kupi, a reszta przegra?
SadaMM: No właśnie, dla nas kaseta się nie sprzedała, ale na pewno poszła po ludziach, po komputerach.
Zajon: Bo ludzie wcale nie myślą w takich kategoriach, żeby dać kapeli zwroty, z którymi zawsze jest problem. Nie myślą o tym, oni chcą to po prostu mieć, mieć dla siebie, nie ważne, w jaki